



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

Tema:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO UNIPERSONAL, DE ASESORAMIENTO CONTABLE Y TRIBUTARIO A DOMICILIO, EN LA CIUDAD DE PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA”.

**Previo la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría,
C.P.A**

Autora: Tejada Pérez Priscila Belén

Directora: Msc. Myrian Cisneros

Ibarra, Octubre 2013

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo tiene como finalidad determinar la factibilidad de la creación de un Centro de asesoramiento, que brinde servicios contables y tributarios a domicilio, ubicado en la Ciudad de Pimampiro, con cobertura local y a futuro expandirse a nivel provincial. Disminuyendo así, el problema de mayor incidencia establecido: la insuficiencia de asesoramiento profesional en temas contables y tributarios, causado por la falta de profesionales especializados en estas áreas. Los hallazgos de la presente investigación se resumen en: el diagnóstico aplicado al entorno del proyecto, determinando que existen condiciones favorables y significativas (aliados-oportunidades) más que aspectos desfavorables (opponentes-riesgos). El estudio de mercado confirma la existencia de una demanda insatisfecha y la aceptación de los servicios que se pretenden ofertar, mismas que representan gran probabilidad de éxito para la empresa. La propuesta consta de los siguientes aspectos: estudio técnico que comprende la ingeniería, capacidad instalada, localización, recursos e inversión, necesarios para la ejecución del proyecto; estudio organizacional que permite planear estratégicamente las actividades a desarrollarse en la empresa. A través del análisis financiero se garantiza la factibilidad de la propuesta. Finalmente se evaluaron los posibles impactos, generados como producto de la implantación del proyecto. El presente proyecto a más de ser una solución al problema definido, también es una oportunidad. El servicio de asesoría contable y tributario personalizado, es indispensable incorporarlo en las actividades comerciales que realizan las personas, ya que permite orientar y direccionar las operaciones institucionales y personales hacia el logro de los sus objetivos establecidos.

EXECUTIVE SUMMARY

This Project aims at determining how feasible is the creation of a Consultancy Center, which may offer counting and tax services home delivered, placed in the city of Pimampiro with local survey, and at provincial level in the long term, decreasing thus the most frequent established problem: the lack of professional consultancy on counting and tax affairs, caused on the scarcity of specialized professionals on these fields. The outcomes of this research are summarized like this: the diagnostic applied on the areas related to the project, determining that there are kind and significant conditions (allies-opportunities), rather than unfriendly aspects (opponents-risks). The market study confirms the existence of an unsatisfied demand and the acceptance of the services that are going to be offered, which represent a wide probability of success for the small sized business. The proposal takes into account: technical study which includes the engineering, set capacity, location, resources and investment needed for the execution of the project; organizational study that allows planning strategically all the activities to carry out in the short sized business. By means of the financial analysis, the feasibility of the proposal is guaranteed. Finally, the possible impacts generated by the execution of this project were all analyzed.

This project, besides being a solution to the stated problem, is also an opportunity. Personalized counting consultancy and tax service has to be involved in all commercial affairs done by people, since it permits to direct institutional and personal operations in order to reach the established goals.

AUTORÍA

Yo, PRISCILA BELÉN TEJADA PÉREZ, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional.

Todos los efectos académicos y legales que se desprendan de la presente investigación serán de mi exclusiva responsabilidad.

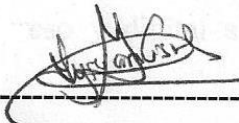


Priscila Belén Tejada Pérez
C.I.: 040154241-0

INFORME DIRECTOR TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por: PRISCILA BELÉN TEJADA PÉREZ, para optar por el Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO UNIPERSONAL DE ASESORAMIENTO CONTABLE Y TRIBUTARIO A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ibarra, a los 14 días del mes de Octubre de 2013.



Msc. Myrian Cisneros
DIRECTORA

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Priscila Belén Tejada Pérez, portadora de la cédula de ciudadanía N° 040154241-0; manifiesto la voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO UNIPERSONAL DE ASESORAMIENTO CONTABLE Y TRIBUTARIO A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En la condición de autora reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 14 días del mes de Octubre de 2013.



Priscila Belén Tejada Pérez
C.I.: 040154241-0

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para la cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO			
CEDULA DE IDENTIDAD:	040154241-0		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Tejada Pérez Priscila Belén		
DIRECCIÓN:	Ambuquí – El Juncal		
E-MAIL:	belentejada30@yahoo.es		
TELÉFONO FIJO:	2 673 011	TELÉFONO MÓVIL:	0969329558

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO UNIPERSONAL DE ASESORAMIENTO CONTABLE Y TRIBUTARIO A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE PIMAMPIRO, PROVINCIA DE IMBABURA”.
AUTOR:	Tejada Pérez Priscila Belén
FECHA:	14 de Octubre de 2013
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> Pregrado <input type="checkbox"/> Posgrado
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A
DIRECTOR:	Msc. Myrian Cisneros

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Priscila Belén Tejada Pérez, portadora de la cédula de ciudadanía N° 040154241-0, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la

responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 14 días del mes de Octubre de 2013.

AUTORA:



Priscila Belén Tejada Pérez
C.I.: 040154241-0

ACEPTACIÓN:

Ing. Betty Chávez
JEFE DE BIBLIOTECA

Dedicatoria

*¡A Dios, por la oportunidad de
superación y progreso!*

*A mi familia en especial a mis padres:
Susana Pérez y Franklin Tejada.*

Priscila Tejada

Agradecimiento

¡A Dios, por ser mi guía!

A mis padres, por su apoyo y por ser la razón de mi existencia.

A la Universidad Técnica del Norte en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Carrera de Contabilidad y Auditoría, por darme la oportunidad de formarme como profesional.

Priscila Tejada

PRESENTACIÓN

El presente estudio de factibilidad para la creación de un centro unipersonal de asesoramiento contable y tributario a domicilio en la ciudad de Pimampiro, Provincia de Imbabura, está estructurado en siete capítulos: Diagnóstico, Marco Teórico, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Financiero, Estudio Organizacional e Impactos.

En el primer capítulo se realizó una investigación de la situación actual de la ciudad de Pimampiro, sus características históricas, geográficas y demográficas, sus actividades comerciales, viendo así las necesidades del sector. Además se determinó los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

En el segundo capítulo se definió el fundamento teórico-científico, el cual está enmarcado en la recopilación de información bibliográfica, referente a la prestación del servicio de asesoramiento contable y tributario, y temas relacionados, todo esto para sustentar la realización del proyecto.

En el tercer capítulo se efectuó el estudio de mercado, que comprende el análisis de la oferta y demanda, la determinación de la demanda insatisfecha, las 4P: producto, precio, plaza y promoción.

En el cuarto capítulo se determinó el tamaño del proyecto, que comprende la capacidad de producir el servicio de asesoría, la localización, donde se estableció su macrolocalización y microlocalización; y la ingeniería, que consta de instalaciones, recursos, inversión y financiamiento del proyecto.

En el quinto capítulo se determinó la factibilidad económica, que genera el proyecto durante su ejecución, manejando indicadores económicos y financieros, para una clara interpretación, permitiendo tener una visión de su situación financiera.

El sexto capítulo abarca el diseño de la estructura organizacional del centro de asesoramiento, compuesta por la misión, visión, objetivos, políticas, valores, distribución del personal y sus funciones, y los fundamentos legales.

En el séptimo capítulo se identificó los impactos que resultan de la propuesta y que repercutirán en la población de forma directa o indirecta.

Finalmente se concluye este proyecto con una serie de conclusiones y recomendaciones que deberán ser tomadas en cuenta en futuras investigaciones.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	I
RESUMEN EJECUTIVO.....	II
EXECUTIVE SUMMARY.....	III
AUTORÍA.....	IV
INFORME DIRECTOR TRABAJO DE GRADO.....	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	VII
DEDICATORIA.....	X
AGRADECIMIENTO.....	XI
PRESENTACIÓ.....	XII
ÍNDICE GENERAL.....	XIV
ÍNDICE DE CUADROS.....	XX
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XXII
 CAPÍTULO I.....	 1
DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL.....	1
1.1 Antecedentes diagnósticos.....	1
1.2 Objetivos diagnóstico.....	4
1.2.1 Objetivo general.....	4
1.2.2 Objetivos específicos.....	4
1.3 Variables diagnósticas.....	4
1.4 Indicadores y sus aspectos.....	5
1.4.1 Reseña Histórica.....	5
1.4.2 Ubicación Geográfica.....	5
1.4.3 Demografía.....	5
1.4.4 Socio-económico.....	5
1.5 Matriz de relación diagnóstica.....	6
1.6 Mecánica operativa.....	7
1.6.1 Determinación de la población o universo.....	7
1.6.2 Información primaria.....	7

1.6.3	Información secundaria	7
1.7	Análisis de la información	7
1.7.1	Entrevistas realizadas a las consultorías existentes en la ciudad y a profesionales en contabilidad	7
1.8	Diagnóstico externo	9
1.8.1	Aliados	9
1.8.2	Oponentes	9
1.8.3	Oportunidades	9
1.8.4	Riesgos	9
1.9	Determinación de la oportunidad	10
CAPÍTULO II		11
MARCO TEÓRICO		11
2.1	La Empresa	11
2.1.1	Definición	11
2.1.2	Clasificación	11
2.1.3	La Microempresa	13
2.1.4	Emprendimiento	15
2.1.5	Sociedades de Hecho y de Derecho	16
2.1.6	Empresa unipersonal de responsabilidad limitada	17
2.2	Los Servicios	17
2.2.1	Definición	17
2.2.2	Características de los servicios	18
2.2.3	Servicio de consultoría	18
2.3	La Contabilidad	20
2.3.1	La contabilidad y su importancia en el manejo de los negocios	20
2.3.2	Definición de la contabilidad	20
2.3.3	Ecuación contable	22
2.3.4	Plan general de cuentas	23
2.3.5	Ciclo financiero de las operaciones	23
2.3.6	Flujo del proceso contable	24
2.3.7	NIIF para PYMES	28
2.4	La Tributación	29
2.4.1	Tributos	29

2.4.2	Impuestos.....	30
2.4.3	Impuesto al Valor Agregado.....	30
2.4.4	Impuesto a la Renta.....	32
2.4.5	Anexos transaccionales.....	34
2.5	Estudio de Mercado.....	35
2.5.1	Mercado.....	35
2.5.2	Producto.....	36
2.5.3	Demanda.....	36
2.5.4	Oferta.....	37
2.5.5	Precio.....	37
2.5.6	Comercialización.....	37
2.5.7	Distribución.....	37
2.5.8	Publicidad.....	38
2.6	Estudio Técnico.....	38
2.6.1	Tamaño del Proyecto.....	38
2.6.2	Localización del Proyecto.....	38
2.6.3	Ingeniería del Proyecto.....	39
2.7	Estudio Financiero.....	39
2.7.1	Capital de trabajo.....	39
2.7.2	Costos.....	40
2.7.3	Gastos financieros.....	40
2.7.4	Gastos de venta.....	40
2.7.5	Depreciaciones.....	40
2.7.6	Indicadores de evaluación financiera.....	40
2.8	Estructura Organizacional.....	42
2.8.1	Bases filosóficas.....	42
CAPÍTULO III.....		44
ESTUDIO DE MERCADO.....		44
3.1	Introducción al estudio de mercado.....	44
3.2	Objetivos del estudio de mercado.....	44
3.2.1	Objetivo general.....	44
3.2.2	Objetivos específicos.....	44

3.3	Variables del estudio de mercado	45
3.4	Indicadores	45
3.4.1	Demanda	45
3.4.2	Servicios	45
3.4.3	Precios	45
3.4.4	Canales y publicidad	45
3.5	Matriz del estudio de mercado	46
3.6	Segmentación de mercado	47
3.6.1	Mercado meta	47
3.6.2	Segmento de mercado	47
3.7	Mecánica operativa	47
3.7.1	Determinación de la población o universo	47
3.7.2	Determinación de la muestra	47
3.7.3	Información primaria	48
3.8	Tabulación y análisis de la información	48
3.8.1	Encuestas aplicadas a los comerciantes y microempresas de la ciudad de Pimampiro	48
3.9	Análisis de la demanda	65
3.9.1	Demanda histórica	65
3.9.2	Demanda real	65
3.9.3	Demanda potencial	66
3.10	Análisis de la oferta	66
3.10.1	Oferta real	67
3.10.2	Oferta potencial	68
3.11	Demanda insatisfecha	69
3.12	Análisis de la competencia	70
3.13	Análisis de la comercialización del servicio	70
3.13.1	Marketing estratégico	70
3.14	Conclusiones del estudio de mercado	75
	CAPÍTULO IV	76
	ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO	76
4.1	Tamaño del proyecto	76
4.2	Localización del proyecto	77
4.2.1	Macrolocalización	77

4.2.2	Microlocalización.....	78
4.3	Ingeniería del proyecto.....	79
4.3.1	Diagrama de procesos.....	79
4.3.2	Diagrama de procesos del servicio de asesoría.....	80
4.3.3	Cadena de valor del servicio.....	81
4.3.4	Diseño de instalaciones.....	81
4.3.5	Tecnología.....	82
4.3.6	Talento humano.....	83
4.4	Presupuesto técnico.....	83
4.4.1	Inversión fija.....	83
4.4.2	Inversión diferida.....	86
4.4.3	Capital de trabajo.....	86
4.4.4	Inversión total del proyecto.....	87
4.4.5	Financiamiento.....	87
CAPÍTULO V.....		89
ESTUDIO FINANCIERO.....		89
5.1	Presupuesto de ingresos.....	89
5.2	Presupuesto de egresos.....	90
5.3	Estados financieros.....	90
5.3.1	Estado de situación financiera.....	90
5.3.2	Estado de resultados.....	91
5.4	Flujo de caja proyectado.....	93
5.5	Determinación del costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio.....	93
5.6	Evaluación financiera, Beneficio-costo, Periodo de recuperación de la inversión, cálculo del VAN, cálculo del TIR, Punto de equilibrio.....	94
5.6.1	Beneficio-costo.....	94
5.6.2	Tasa de Rendimiento de Beneficio/costo.....	95
5.6.3	Período de recuperación de la inversión.....	95
5.6.4	Valor Actual Neto.....	96
5.6.5	Tasa Interna de Retorno.....	96
5.6.6	Sensibilidad de la Tasa Interna de Retorno.....	97
5.6.7	Punto de equilibrio.....	98
5.6.8	Resumen de la evaluación financiera.....	99

5.6.9	Conclusión del estudio financiero	100
CAPÍTULO VI		101
ESTUDIO ORGANIZACIONAL		101
6.1	La Empresa	101
6.1.1	Nombre o razón social	101
6.1.2	Marco legal	101
6.1.3	Requisitos de funcionamiento	101
6.2	Bases filosóficas	103
6.2.1	Misión	103
6.2.2	Visión	103
6.2.3	Objetivos de la empresa	104
6.2.4	Políticas Institucionales	104
6.2.5	Valores	104
6.3	La Organización	105
6.3.1	Estructura Organizacional	105
6.3.2	Niveles Administrativos	105
6.3.3	Estructura Funcional	106
CAPÍTULO VII		110
IMPACTOS DEL PROYECTO		110
7.1	Análisis de impactos	110
7.1.1	Impacto Empresarial	111
7.1.2	Impacto Socio-Económico	112
7.1.3	Impacto Educativo	113
7.1.4	Impacto Ético	114
7.1.5	Impacto Ambiental	115
7.1.6	Impacto General	116
CONCLUSIONES		117
RECOMENDACIONES		118
FUENTES DE INFORMACIÓN		119
ANEXOS		121

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Población cantón Pimampiro	3
Cuadro 2: Matriz relación diagnóstica	6
Cuadro 3: Fechas de declaración del IVA	32
Cuadro 4: Impuesto a la Renta	33
Cuadro 5: Fechas de declaración del impuesto a la renta	34
Cuadro 6: Matriz estudio de mercado	46
Cuadro 7: Cálculo de la muestra	48
Cuadro 8: Tipo de negocio	49
Cuadro 9: Tiempo de la actividad	50
Cuadro 10: Número de personas	51
Cuadro 11: Rentabilidad de la actividad	52
Cuadro 12: Tipo de contribuyente	53
Cuadro 13: Régimen inscrito	54
Cuadro 14: Registros de la actividad	55
Cuadro 15: Contabilidad de la actividad	56
Cuadro 16: Problemas de la actividad	57
Cuadro 17: Importancia de la asesoría	58
Cuadro 18: Contratación de asesoría	59
Cuadro 19: Existencia de consultorías	60
Cuadro 20: Factores del servicio	61
Cuadro 21: Implantación de una consultoría	62
Cuadro 22: Presupuesto para la asesoría	63
Cuadro 23: Experiencia del usuario	64
Cuadro 24: Demanda histórica	65
Cuadro 25: Demanda real	65
Cuadro 26: Demanda potencial	66
Cuadro 27: Oferta real	67
Cuadro 28: Personas que ofertan el servicio	67
Cuadro 29: Oferta potencial	69
Cuadro 30: Balance demanda – oferta	69

Cuadro 31: Descripción de los servicios	71
Cuadro 32: Proyección de precios	73
Cuadro 33: Publicidad para radio	74
Cuadro 34: Capacidad instalada	76
Cuadro 35: Matriz de localización	79
Cuadro 36: Distribución del centro de asesoramiento	81
Cuadro 37: Talento humano	83
Cuadro 38: Edificio	84
Cuadro 39: Equipos de computación	84
Cuadro 40: Muebles y equipos de oficina	85
Cuadro 41: Materiales y suministros de oficina	85
Cuadro 42: Inversión fija	86
Cuadro 43: Inversión diferida	86
Cuadro 44: Capital de trabajo	87
Cuadro 45: Inversión total	87
Cuadro 46: Financiamiento	88
Cuadro 47: Proyección de ingresos	89
Cuadro 48: Proyección de egresos	90
Cuadro 49: Estado de situación financiera	91
Cuadro 50: Estado de resultados	92
Cuadro 51: Flujo de caja proyectado	93
Cuadro 52: Costo de oportunidad	93
Cuadro 53: Beneficio/costo	94
Cuadro 54: Tasa de rendimiento de beneficio/costo	95
Cuadro 55: Periodo de recuperación de la inversión	95
Cuadro 56: Valor actual neto	96
Cuadro 57: Tasa interna de retorno	96
Cuadro 58: Sensibilidad escenario uno	97
Cuadro 59: Sensibilidad escenario dos	98
Cuadro 60: Resumen de la evaluación	99
Cuadro 61: Manual de funciones Gerencia	106
Cuadro 62: Manual de funciones Departamento Técnico	108

Cuadro 63: Manual de funciones Secretaria.....	107
Cuadro 64: Manual de funciones Auxiliar de servicios.....	109
Cuadro 65: Matriz de impactos.....	110
Cuadro 66: Impacto Empresarial.....	111
Cuadro 67: Impacto Socio-económico.....	112
Cuadro 68: Impacto Educativo.....	113
Cuadro 69: Impacto Ético.....	114
Cuadro 70: Impacto Ambiental.....	115
Cuadro 71: Impacto General.....	116

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Ubicación geográfica.....	2
Gráfico 2: Ciclo financiero.....	23
Gráfico 3: Proceso contable.....	24
Gráfico 4: Cronograma de implementación de NIIF.....	29
Gráfico 5: Tipo de negocio.....	49
Gráfico 6: Tiempo de la actividad.....	50
Gráfico 7: Número de personas.....	51
Gráfico 8: Rentabilidad de la actividad.....	52
Gráfico 9: Tipo de contribuyente.....	53
Gráfico 10: Régimen inscrito.....	54
Gráfico 11: Registros de la actividad.....	55
Gráfico 12: Contabilidad de la actividad.....	56
Gráfico 13: Problemas de la actividad.....	57
Gráfico 14: Importancia de la asesoría.....	58
Gráfico 15: Contratación de asesoría.....	59
Gráfico 16: Existencia de consultorías.....	60
Gráfico 17: Factores del servicio.....	61
Gráfico 18: Implantación de consultoría.....	

Gráfico 19: Presupuesto para la asesoría	63
Gráfico 20: Experiencia del usuario	64
Gráfico 21: Marca del servicio	72
Gráfico 22: Publicidad para perifoneo y hoja volante	
755	
Gráfico 23: Mapa del cantón Pimampiro macrolocalización	77
Gráfico 24: Mapa del cantón Pimampiro microlocalización	78
Gráfico 25: Proceso para la adquisición del servicio	80
Gráfico 26: Cadena de valor del servicio	81
Gráfico 27: Plano de las instalaciones	82
Gráfico 28: Equipo de computación	82
Gráfico 29: Equipo de oficina	83
Gráfico 30: Organigrama estructural CONTRI-CENTER E.U.R.L.	105

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes diagnósticos

La tradición histórica más frecuente utilizada dice que las primeras poblaciones de lo que hoy es la parroquia de Pimampiro, se relaciona con la existencia de las poblaciones primitivas en el territorio que conformaron tribus como los Caribes y Arahucos que originaron el surgimiento de dos castas semejantes “Los Chapis” y “Los Pimampiros”.

Según L. Moscoso, Pimampiro se compone de cinco voces PI - MA - AM – PI – RAR que significa: vida, grande agua, mucho, borde, es decir poblado que está asentado a orillas de un río grande.

Las formas de gobierno que dominaron posteriormente este territorio se fueron reduciendo a simples formas de cacicazgo, el jefe gobernante se denominaba Cacique que a su vez gobernaba otras tribus como Los Carpuelas, Ambuqués y Pusires. Los aborígenes Pimampireños se caracterizaron por ser buenos cultivadores de la tierra manejando una diversidad de productos como: maíz, tabaco, coca, algodón. Mantenían constantes pugnas y guerra con las tribus vecinas.

A partir de la fundación de Ibarra, Pimampiro es considerada como parroquia Civil. Al fundarse el cabildo se nombra también a los alcaldes que ejercen autoridad civil en las parroquias. El 25 de Junio de 1824, Pimampiro es establecida como parroquia Civil mediante decreto establecido por el Libertador Simón Bolívar en la Gran Colombia reunido en Bogotá, decreto que oficializó el 21 de mayo de 1963 por el Ilustre Concejo Municipal de Ibarra. Se constituye como cantón el 21 de mayo de 1981 mediante decreto Legislativo que fuera sancionado conforme a la Ley por parte del Gobierno del Dr. Jaime Roldós Aguilera, teniendo como cabecera cantonal la parroquia de Pimampiro.

El Cantón Pimampiro, es considerado la Tierra del Sol, pertenece a la provincia de Imbabura, ubicado a 52 kilómetros al noroeste de Ibarra, la capital provincial y a 283 kilómetros de Quito, la capital del país. Al norte limita con la provincia del Carchi, al sur con la provincia del Pichincha, al Este con la provincia de Sucumbíos y al Oeste con el cantón Ibarra.

Gráfico 1
Ubicación geográfica



FUENTE: Plan Estratégico de Desarrollo Cantonal – GAD Municipal Pimampiro

ELABORADO POR: La Autora

Su vasta zona geográfica tiene una superficie de 449,45 km. con un clima templado seco que lo hace apto para todo cultivo; cuenta con un gran potencial paisajístico y etnocultural; los diferentes pisos climáticos de los ecosistemas naturales, que forman su territorio, ofrecen una variedad de zonas de vida, desde los valles y páramos, entre los cuales todavía se encuentran bosques nativos primarios.

Posee una población aproximada de 12.970 habitantes, su tasa de crecimiento anual es de 0,02%, siendo su densidad poblacional de 137,57 habitantes por km². Se identifican tres grandes grupos humanos que son los que, de alguna forma, moldean sus características culturales y sociales; estos son: población indígena de nacionalidad Kichwa, afroecuatoriana y mestiza. Se divide en cuatro parroquias,

una urbana y tres rurales que son: Pimampiro, Mariano Acosta, San Francisco de Sigsipamba y Chugá.

Cuadro 1
Población cantón Pimampiro

POBLACIÓN	HABITANTES	%
Urbana	5.138	40%
Rural	7.832	60%
TOTAL	12.970	100%

FUENTE: Instituto Nacional de estadísticas y Censos - INEC

ELABORADO POR: La Autora

Su cabecera cantonal, la ciudad de Pimampiro, ha jugado un rol dinamizador en su economía, concentra los principales servicios privados y de administración pública del cantón, es el motor que articula y mueve la actividad económica del territorio cantonal, que refleja la concentración del comercio formal e informal.

La principal actividad económica del cantón, es la agropecuaria, que involucra el 54,63% de la población, seguida del sector de servicios con 37,28%, el sector público con el 4,06% y la manufacturera con el 4,03%.

La actividad microempresarial de la ciudad de Pimampiro, se desarrolla dentro de un mercado restringido, que por su baja economía no se amplía a otros sectores. Pese a esto, es un importante proveedor de productos agrícolas, que constituyen un soporte al sector alimenticio.

La mayoría de actividades comerciales y agrícolas son de gestión familiar, donde la experiencia y la tradición son los aspectos que determinan su manera de administrar. Los negocios no disponen de un estilo de gestión técnico en contabilidad y tributación, debido a la insuficiencia de asesoramiento profesional; los cambios tecnológicos, políticos, económicos, son factores que influyen en el ámbito micro empresarial y que de estos surge la necesidad de tener una asesoría técnica y confiable, que sirva de soporte para lograr un desarrollo.

El problema descrito anteriormente es causado por: la falta de formación profesional; la falta de recursos económicos, para la constitución de una consultoría legal, la existencia de profesionales, que no ejercen en las áreas de especialización y por la migración de la juventud profesional hacia otras ciudades.

El insuficiente asesoramiento contable y tributario también conlleva a efectos, tales como: aplicaciones contables y tributarias deficientes; inexistencia de una cultura contable; y el manejo inadecuado de las actividades económicas. Si no se contrarresta éste problema, se tendrá en un futuro: un estancamiento microempresarial, por la obtención de resultados perjudiciales, sanciones legales e inestabilidad institucional.

1.2 Objetivos diagnóstico

1.2.1 Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional en el sector comercial de la ciudad de Pimampiro, para la creación de un centro unipersonal de asesoramiento contable y tributario a domicilio.

1.2.2 Objetivos específicos

- ✓ Determinar los antecedentes históricos de la ciudad de Pimampiro.
- ✓ Establecer la ubicación geográfica del área a investigar.
- ✓ Analizar los datos demográficos de la ciudad de Pimampiro.
- ✓ Definir los aspectos socio-económico del proyecto a implantarse.

1.3 Variables diagnósticas

Las variables diagnosticas a evaluarse y medirse de acuerdo a los objetivos propuestos serán las siguientes:

- Reseña Histórica
- Ubicación Geográfica

- Demografía
- Socio-económico

1.4 Indicadores y sus aspectos

1.4.1 Reseña Histórica

- Información histórica

1.4.2 Ubicación Geográfica

- Límites

1.4.3 Demografía

- Población

1.4.4 Socio-económico

- Actividades sociales
- Actividades económicas
- Consultorías
- Profesionales en contabilidad

1.5 Matriz de relación diagnóstica

Cuadro 2
Matriz relación diagnóstica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	MERCADO META
Determinar los antecedentes históricos de la ciudad de Pimampiro.	Reseña Histórica	Información histórica	Secundaria	Documental	Bibliográfica
Establecer la ubicación geográfica del área a investigar.	Ubicación Geográfica	Límites	Secundaria	Documental	Bibliográfica
Analizar los datos demográficos de la ciudad de Pimampiro.	Demografía	Población	Secundaria	Documental	Bibliográfica
Definir los aspectos socio-económico del proyecto a implantarse.	Socio-económico	Actividades sociales, económicas, consultorías y profesionales	Primaria	Entrevistas	Consultorías, profesionales en contabilidad

FUENTE: Plan Estratégico de Desarrollo Cantonal – GAD Municipal Pimampiro

ELABORADO POR: La Autora

1.6 Mecánica operativa

1.6.1 Determinación de la población o universo

Las poblaciones que fueron objeto de estudio son: las consultorías existentes en la ciudad y los profesionales en contabilidad. Por ser menores a cien unidades, se aplicó la técnica del censo.

1.6.2 Información primaria

1.6.2.1 Entrevistas:

La entrevista se aplicó a las consultorías y profesionales en contabilidad, que prestan algunos servicios similares, de los que se pretende establecer con el Centro de asesoramiento. (Anexo 1).

1.6.3 Información secundaria

Para tener una visión más amplia de la investigación se recurrió a fuentes de información secundaria como documentos, revistas, otorgadas por el Municipio de Pimampiro.

1.7 Análisis de la información

1.7.1 Entrevistas realizadas a las consultorías existentes en la ciudad y a profesionales en contabilidad.

De las entrevistas realizadas a las consultorías y a los profesionales en contabilidad se obtuvieron los siguientes resultados:

1) ¿Qué tipo de servicios brinda?

El 50% de los entrevistados indicaron que ofrecen servicios contables y tributarios en los cuales comprenden declaraciones de impuestos, formularios, anexos y llevar la contabilidad. La otra mitad prestan servicios de asesoría legal y jurídica.

2) ¿Presta sus servicios como persona natural o jurídica?

El 50% de los entrevistados son profesionales en contabilidad (C.P.A) y prestan sus servicios como personas naturales e independientes. Un 25% son profesionales en leyes y ejercen sus labores como personas naturales e independientes y el otro 25% son abogados y ofrecen servicios legales y jurídicos.

3) ¿Si es jurídica qué tipo de sociedad es?

El tipo de sociedad del 25% de los entrevistados es una Compañía en Nombre Colectivo, conformadas por dos socios y constituida legalmente de acuerdo a la Ley de Compañías.

4) ¿En qué lugar ofrece sus servicios?

El 25% de los entrevistados presta sus servicios profesionales en su domicilio y el 75% lo hace en sus respectivas oficinas instaladas.

5) ¿Los clientes han solicitado la asesoría personalizada o acuden a su oficina?

Los entrevistados indicaron que todos los clientes acuden a sus oficinas para adquirir el servicio de asesoría y no ha existido peticiones de ser atendidos de forma personalizada.

6) ¿Qué tipo de clientes mantiene su consultoría?

El 50% de los entrevistados mantienen a los negocios y comerciantes libres como clientes. El otro 50% mantienen como clientes a las personas que tienen problemas legales.

7) ¿Considera Ud. que en la ciudad de Pimampiro existen personas que demanden asesoría especializada?

Todos los entrevistados indicaron que en la ciudad de Pimampiro si existen negocios y personas que demanden servicios de asesoría, principalmente jurídicos, contables, tributarios y financieros.

1.8 Diagnóstico externo

A continuación se detalla los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que han sido determinados luego del análisis situacional de la ciudad, donde se aplicará el proyecto. Los aliados y oportunidades constituyen aspectos favorables; los oponentes y riesgos aspectos desfavorables.

1.8.1 Aliados

- ✓ Usuarios del servicio que son los comerciantes y negocios de la ciudad.
- ✓ Asesores profesionales para la prestación de servicios.
- ✓ Proveedores de insumos, materiales para el equipamiento de la empresa.
- ✓ Servicio de Rentas Internas que constituye el ente regulador de las obligaciones tributarias que tienen los negocios.
- ✓ Entidades que otorgaran permisos de funcionamiento.

1.8.2 Oponentes

- ✓ Personas reacias al cambio.
- ✓ Clientes fieles a la competencia.

1.8.3 Oportunidades

- ✓ Servicios garantizados en calidad, precio, accesibilidad para los usuarios.
- ✓ Ubicación estratégica de la empresa.
- ✓ Comodidad y satisfacción de los usuarios.
- ✓ Competencia.

1.8.4 Riesgos

- ✓ Inestabilidad económica.
- ✓ Disminución de la demanda.
- ✓ Experiencia de los usuarios del servicio.

1.9 Determinación de la oportunidad

En el análisis de la reseña histórica se describe y resume todos los aspectos o hechos ocurridos con el pasar del tiempo, en relación a los antecedentes de la ciudad de Pimampiro. La ubicación geográfica, define los límites, superficie y distintas características de la zona. La demografía permite conocer las comunidades humanas que se encuentra agrupadas e interrelacionadas con el entorno. El aspecto socio-económico muestra la situación en la que, la población pimampireña desarrolla sus actividades comerciales formales e informales, buscando así conseguir condiciones sustentables de vida.

Los distintos aspectos determinan que la insuficiencia de asesoramiento profesional, representa un nicho, una oportunidad que brinda la economía para desarrollar e implementar un servicio de asesoría contable y tributario personalizado. Indispensable en las actividades comerciales que realizan las personas, ya que permite orientar y direccionar las operaciones institucionales y personales hacia el logro de los sus objetivos establecidos. Permite el manejo de los negocios, con profesionalismo, contribuyendo así con su desarrollo y facilitando el cumplimiento de obligaciones tributarias hacia con el Estado.

Mediante el diagnóstico situacional se determinó que las condiciones históricas, geográficas, demográficas y socio-económicas de la ciudad de Pimampiro presentan un entorno apropiado para la implementación del proyecto denominado: **“Creación de un Centro unipersonal de asesoramiento contable y tributario a domicilio, en la ciudad de Pimampiro, Provincia de Imbabura”**.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 La Empresa

2.1.1 Definición

Chiliquinga (2007, p.1) manifiesta que: “Empresa es una unidad económica que mediante la combinación de los factores de producción, ofrece bienes y/o servicios, con el propósito de obtener un beneficio económico y/o social”.

Complementando la anterior definición se puede decir que la empresa es un grupo de personas, que a través de la utilización de varios recursos, tales como: capital, instalaciones, equipos, máquinas, muebles, etc., pretenden ofrecer productos o servicios, para atender las necesidades de las personas o mercados.

2.1.2 Clasificación



2.1.2.1 Por la Finalidad

- **Pública:** son las empresas del Estado, cuya finalidad es satisfacer la necesidad de todo el pueblo ecuatoriano.
- **Privada:** son empresas cuyo capital es propio de personas naturales o jurídicas.

2.1.2.2 Por la Actividad

- **Comerciales:** son empresas dedicadas a la compra-venta de mercaderías, actuando como intermediarios entre productores y consumidores.
- **Industriales:** son empresas que utilizando los factores de producción se dedican a la transformación de materias primas, en productos terminados o semielaborados, los mismos que posteriormente son comercializados.
- **Servicios:** son empresas que tienen la finalidad de satisfacer alguna necesidad de los consumidores, a través de acciones intangibles y sin que exista una transmisión física de propiedad.

2.1.2.3 Por su Tamaño

- **Microempresa:** conformada hasta 10 colaboradores
- **Pequeñas:** conformada hasta 50 colaboradores
- **Medianas:** conformada de 50 hasta 99 colaboradores
- **Grandes:** conformada por más de 100 colaboradores

2.1.2.4 Por la Constitución Legal

- **Unipersonales:** son empresas formadas con capital de una sola persona; por lo general son familiares.
- **Sociedades o Compañías:** son empresas formadas con varias aportaciones de personas naturales o jurídicas. Y por su constitución la Ley de Compañías las

clasifica así: En Nombre Colectivo, En Comandita Simple, En Comandita por acciones, Responsabilidad Limitada, Anónima y Economía Mixta.

2.1.3 La Microempresa

2.1.3.1 Definición

Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas, que operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos, para la elaboración de productos y/o prestación de servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos. (Monteros, 2005, p.15).

Complementando la anterior definición se puede decir que la microempresa es una unidad económica simple, sin personería jurídica, que por lo general son familiares, que se dedican a la producción, comercialización de bienes y servicios, que surgen como alternativas de supervivencia.

2.1.3.2 Base Legal

Desde el momento que nace la idea de emprender una actividad económica, es importante analizar factores que inciden en su funcionamiento y desarrollo, tales como el tipo de organización, los medios con que cuenta, la localización y sobre todo la forma jurídica que regirá los destinos en la vida de la sociedad.

Pero el caso de la microempresa es diferente, ya que su principal característica es la informalidad de su funcionamiento. Además se puede decir que nace de la conjugación de una o varias personas que generalmente son familiares y que procuran poner en práctica ciertos conocimientos en una actividad económica, con el uso de sus propios capitales, iniciando de esta manera una asociación de hecho y que a lo largo de su existencia y de sus resultados va cambiando y ajustándose a formas jurídicas, para ir dejando de lado la informalidad y someterse a las ventajas y desventajas, a deberes y derechos de las leyes que rigen en el país.

Desde luego que, la forma jurídica que se adopte, deberá estar en función directa de los intereses de sus propietarios y ajustados a la legislación vigente. En este marco, la microempresa sujeta sus actividades a la Ley de Fomento de la Pequeña Industria y Artesanía, al Código de Comercio, a la ley de Compañías y más reglamentos y legislación conexas, que orienta la actividad económica que realiza, y que sus propietarios o administradores conduzcan a esta, dentro de una organización empresarial legalmente constituida.

2.1.3.3 Características generales de la microempresa en Imbabura

La microempresa en la Provincia de Imbabura constituye un importante renglón de la economía regional y nacional, pues abarca el desarrollo de varias actividades, como la de los textiles y la confección, la metalmecánica, la construcción, el cuero y el calzado, el alimenticio, las artesanías, el gráfico e impresiones, los servicios técnicos y profesionales en las diversas ramas, entre otros. Todo esto, bajo la dirección en una gran mayoría de un solo propietario, que en mejor de los casos tiene conocimiento de administración de negocios como fruto de la experiencia adquirida en algún trabajo anterior o por propia iniciativa y riesgo.

Estas características, hacen que este importante sector, tenga muchas habilidades en el área de producción, ventas y finanzas, lo que en conjunto no ha permitido que haya un adecuado desarrollo o una visión de expansión hacia otros mercados con productos de calidad o producción nueva que permitan un mejor grado de productividad y competitividad frente a nuestro país vecino del norte como es Colombia.

Concomitantemente, la actividad microempresarial de la Provincia de Imbabura, se encuentra presente de una manera dispersa, que podríamos ubicarla por cantones. Así: en el Cantón Ibarra caracterizada por la elaboración de artesanías en madera y piedra, especialmente en sector de San Antonio, así como la metalmecánica y los servicios técnicos y profesionales; en el Cantón Otavalo, de preferencia las artesanías y textiles de fabricación indígena que son muy apreciados por los turistas extranjeros; en el Cantón Cotacachi, la actividad

productiva y comercial del cuero y el calzado; en el Cantón Antonio Ante, la producción textil por excelencia, orientada hacia la población mestiza y finalmente los Cantones Urcuquí y Pimampiro que dirigen su actividad dentro del campo agrícola y pecuario, constituyendo un soporte al sector alimenticio.

2.1.4 Emprendimiento

2.1.4.1 Definición

Amaru, (2008, p.3) manifiesta que: “la palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero) y hace referencia a la actitud y aptitud que tiene una persona para emprender nuevos retos y proyectos o hacer un esfuerzo adicional para alcanzar sus objetivos”.

Complementando la anterior definición se puede decir que emprendimiento se trata del efecto de emprender, mismo que hace referencia a llevar adelante una obra o negocio. Es una iniciativa de una persona que asume riesgos y que invierte recursos, con el objeto de aprovechar una oportunidad.

2.1.4.2 Importancia

El emprendimiento en la actualidad, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica.

Los niveles de desempleo y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios y pasar de ser empleado a empleador.

Todo esto es posible si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la estabilidad económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aun si se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.

2.1.4.3 Perfil de un emprendedor

Estudios realizados sobre el comportamiento del emprendedor, muestran características que se manifiestan y se combinan de diferentes formas y grados de intensidad, en distintas personas. Tales características de comportamiento integran las competencias que todo emprendedor debe desarrollar. A continuación se enumeran algunas de ellas:

- Creatividad y capacidad de implantación
- Disposición para asumir riesgos
- Perseverancia y optimismo
- Sentido de independencia

2.1.5 Sociedades de Hecho y de Derecho

2.1.5.1 Definición

La sociedad de hecho no tiene personalidad jurídica y por lo tanto, no puede ejercer derechos ni adquirir obligaciones como sociedad y no están tipificadas por la Ley; se constituyen mediante contrato; en cambio, las sociedades de derecho son personas jurídicas y como tales pueden ejercer derechos y contraer obligaciones a través del representante legal y están tipificadas por la Ley, es decir la Ley determina las características de las mismas y por tanto alinean una decretada especie de compañía. (Aguirre, p.278).
http://www.utpl.edu.ec/consultoriojuridico/index.php?option=com_content&view=article&id=39

La sociedad de hecho no tiene una instrumentación, ni se constituye bajo un tipo, sino que se trata de una mera unión de dos o más personas determinadas con el objetivo de explotar de manera común una actividad comercial.

La sociedad de derecho se crea mediante un documento escrito ya sea público o privado, sin embargo para que tenga personalidad jurídica el documento necesariamente debe ser público, debidamente inscrito y registrado de acuerdo a lo que la Ley determina.

2.1.6 Empresa unipersonal de responsabilidad limitada

En la legislación Ecuatoriana la Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada se encuentra normada mediante la Ley 2005-27, publicada en el Registro Oficial 196 del 26 de enero de 2006. Para la constitución y subsistencia de una Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, se requiere de un socio exclusivamente, quien se llama gerente-propietario.

Según el Art. 2 de la Ley define a este tipo de empresa como una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca, por lo que, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados. Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello.

El principio de existencia de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada es la fecha de la inscripción del acto constitutivo en el Registro Mercantil de su domicilio principal.

El capital inicial de la empresa, estará constituido por el monto total del dinero que el gerente-propietario hubiere destinado para la actividad de la misma, el cual no podrá ser inferior al producto de la multiplicación de la remuneración básica mínima unificada del trabajador en general, por diez. (art.21).

2.2 Los Servicios

2.2.1 Definición

Un servicio es un acto o desempeño que ofrece una persona a otra. Aunque el proceso puede estar vinculado a un producto físico, el desempeño es esencia intangible. (Lovelock, Reynoso, D'Andrea, Huete, Wirtz, 2011, p.4).

Complementando la anterior definición se puede decir que los servicios son acciones esencialmente intangibles que una persona ofrece a otra, sin que exista transmisión física de propiedad.

2.2.2 Características de los servicios

Kotler, Bloom y Hayes (2007, p.405) en su obra Dirección de Marketing manifiestan que las características distintivas de un servicio son:

- **Intangibilidad:** se refiere a que los servicios no se pueden ver, degustar, tocar, escuchar e inhalar antes de comprarse, por lo tanto tampoco pueden ser almacenados, ni exhibidos en estantes para venderlos.
- **Inseparabilidad:** los servicios con frecuencia se producen, venden y consumen al mismo tiempo, es decir la producción y consumo son actividades inseparables. Difiere de los bienes que son producidos, vendidos y luego se consumen.
- **Heterogeneidad:** cada servicio depende de quién los presta, cuando y donde, debido al factor humano, el cual participa en la producción y entrega. Es por eso que los servicios tienden a estar menos nivelados que los bienes.
- **Carácter perecedero:** los servicios no se pueden conservar, almacenar o guardar en inventario. Por lo tanto la imperdurabilidad no es un problema cuando la demanda de un servicio es constante, pero en caso de que la demanda sea inestable puede causar problemas.

2.2.3 Servicio de consultoría

2.2.3.1 Definición

Benjamín y Fincowsky, (2009, p.426) manifiesta que: “Es el servicio que brinda un profesional independiente a una persona física o moral con propósito de ayudarla a percibir, comprender y resolver problemas prácticos relacionados con su forma de operar y su entorno”.

Complementando la anterior definición se puede decir que el servicio de consultoría consiste en brindar información profesional a alguien, para que tenga conocimientos y en base a eso tomar decisiones.

2.2.3.2 Características fundamentales

La consultoría posee rasgos distintivos muy específicos:

- ✓ Es un servicio consultivo.
- ✓ Se basa en hechos concretos.
- ✓ La proporciona personal calificado.
- ✓ Es una alternativa para manejar el cambio organizacional.
- ✓ Permite una visión imparcial del entorno.
- ✓ Facilita la detección y comprensión de problemas en forma objetiva.
- ✓ Proporciona soluciones viables.

2.2.3.3 Campo de trabajo

Las oportunidades de trabajo en este campo están abiertas en todas las áreas de la vida económica. De allí que este tipo de servicio se encuentre en los sectores públicos, privado y social.

El reconocimiento a esta alternativa de servicio radica fundamentalmente en que se le acepta como una forma de comprender los acontecimientos que aumenta y mejora las expectativas de alcanzar los objetivos propuestos a partir de estas características:

- ✓ Experiencia: desarrollo de la facultad de aportar elementos de juicio valiosos producto de la experiencia y los trabajos desempeñados.
- ✓ Imparcialidad: independencia de criterio para emitir una opinión y formular un señalamiento.
- ✓ Habilidad: capacidad para percibir e influir sobre el contexto.
- ✓ Profesionalismo: comportamiento respetuoso y eficiente para brindar el servicio.
- ✓ Responsabilidad: facultad de aceptar y asumir un compromiso.

- ✓ Creatividad: espíritu constructivo e innovador.
- ✓ Visión emprendedora: actitud positiva para aceptar retos y aprovechar oportunidades.

2.3 La Contabilidad

2.3.1 La contabilidad y su importancia en el manejo de los negocios

En la actualidad se dice que una empresa sin Contabilidad es como un barco a la deriva. Estamos ya en capacidad de comprender que para lograr un objetivo lo primero que debe existir es una correcta planificación, seguida de un proceso lógico que ayude a controlar y evaluar los resultados.

Así funciona la Contabilidad: ordena, planifica, registra, aplica procedimientos, técnicas, verifica hasta llegar a su objetivo primordial que es el de conocer la situación financiera y económica de la empresa, evaluar los resultados obtenidos y finalmente tomar decisiones. Es muy fácil, entonces, comprender la importancia que resulta mantener actualizados los registros contables.

2.3.2 Definición de la contabilidad

La Contabilidad es la técnica fundamental de toda actividad económica que opera por medio de un sistema dinámico de control e información que se sustenta tanto en un marco teórico, como en normas internacionales. Se encarga del reconocimiento de los hechos que afectan el patrimonio; de la valoración justa y actual de los activos y obligaciones de la empresa. (Zapata, 2011, p.8).

El IASB - International Accounting Standards Board (Junta de Normas Internacionales de Contabilidad) ha definido la base teórica que regulará la práctica contable mundial. La citada base reconoce la vigencia jerárquica de:

- ✓ Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).
- ✓ Normas Internacionales de Contabilidad (NIC).
- ✓ Los conceptos, prácticas, y definiciones generalmente aceptados.

- ✓ Las políticas contables específicas de cada entidad.

Además existen otros grupos de leyes, normas y reglamentos que son emitidos en cada país de acuerdo a sus necesidades y que contemplan el marco legal del registro contable. En nuestro país la contabilidad se apoya en los siguientes documentos legales:

- ✓ Ley de Régimen Tributario Interno.
- ✓ Ley de Compañías.
- ✓ Código de Comercio.
- ✓ Código de Trabajo.
- ✓ Reglamento de Facturación.

La contabilidad, como técnica de registro de hechos económicos, debe adaptarse a las nuevas necesidades y circunstancias. Para ello, ha creado mecanismos que estandaricen la normativa contable de observancia obligatoria en el mundo.

Organismos multilaterales como la OMC y el CEE, entre otros, han propiciado el fortalecimiento de Comités y Federaciones mundiales de contadores, quienes vienen generando y actualizando normas, reglamentos e interpretaciones técnicas sobre registros, valoración, presentación y emisión de informes que conlleven a:

- ✓ Potenciar el uso de los recursos, haciendo más eficiente la gestión empresarial.
- ✓ Transparentar operaciones que realizan los entes contables.
- ✓ Comprender de la mejor manera los hechos económicos por medio de la aplicación de la nueva normativa.

En nuestro país las NIIF dieron los primeros pasos en este sentido a partir del año 2006, mediante Resolución No. 06.Q.ICI.004 de 21 de agosto del 2006, publicada en el Registro Oficial No. 348 de 4 de septiembre del mismo año, el Superintendente de Compañías adoptó las Normas Internacionales de Información Financiera "NIIF" y determinó que su aplicación sea obligatoria por parte de las compañías y entidades sujetas al control y vigilancia de la Superintendencia de

Compañías, para el registro, preparación y presentación de estados financieros a partir del 1 de enero del 2009.

2.3.3 Ecuación contable

Greco, (2007, p.213) define como: “Igualdad entre el total de los débitos y el total de los créditos en un sistema de partida doble”.

$$\text{Activo} = \text{Pasivo} + \text{Patrimonio}$$

La ecuación contable constituye la fórmula básica de la Contabilidad y surge con la necesidad de conocer los cambios que se producen en el activo, pasivo y patrimonio de la empresa por efecto de las diversas operaciones mercantiles realizadas con otros entes comerciales. Esta igualdad debe reflejarse durante todo el proceso contable de una empresa porque siempre se deberá cumplir con el principio de Partida Doble que se basa en la igualdad de los valores que debitan y acreditan una operación mercantil.

Para comprender el equilibrio que debe mantenerse en la ecuación contable, es importante entender cómo funciona el sistema de contabilidad por partida doble.

En una transacción siempre se afectaran al menos dos cuentas, sea del activo, pasivo o patrimonio, mientras en una entrega la otra recibe y el valor en cualquiera de los casos es el mismo. Justamente esta es la base de la contabilidad por Partida Doble.

Podemos reforzar esta explicación mencionando las reglas que se han establecido para que se aplique correctamente la partida doble:

- ✓ La contabilidad deberá utilizar cuentas para identificar a las diferentes partidas de activos, pasivos o patrimonio que se afectan por las operaciones mercantiles.
- ✓ Toda cuenta debe ser personificada, es decir, considerada como una persona capaz de recibir y entregar valores.

- ✓ En toda transacción mercantil, por lo menos deben existir dos cuentas que actúen: una que reciba valores y otra que entregue valores.
- ✓ No se podrá registrar un deudor (debita) sin su respectivo acreedor (acredita) por un mismo valor o por su equivalente.
- ✓ El equilibrio en la ecuación contable estará dado por el estricto cumplimiento de estas reglas.

2.3.4 Plan general de cuentas

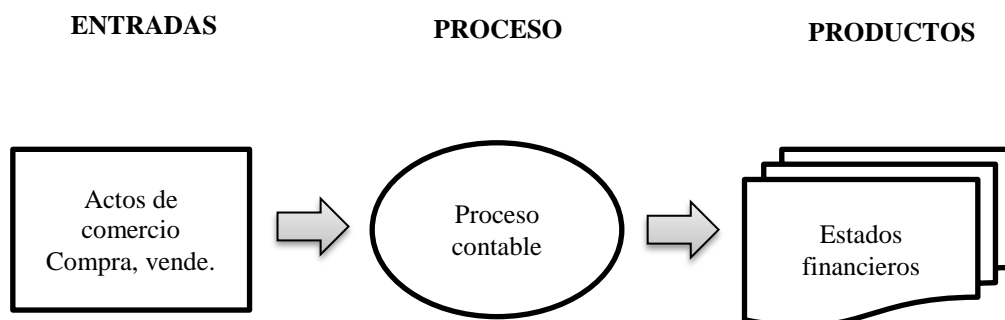
Zapata (2011, p.26) manifiesta que: “Es la lista de cuentas ordenada metódicamente, creada e ideada de manera específica para una empresa o ente, que sirve de base al sistema de procesamiento contable para el logro de sus fines”.

2.3.5 Ciclo financiero de las operaciones

Todo ente recurrentemente efectúa operaciones y actos de comercio, un número muy amplio de transacciones que modifican dinámicamente la economía y las finanzas de la empresa; precisamente estos actos son el objeto de la contabilidad, es decir la materia prima del denominado Proceso contable.

De todo proceso se esperan productos de calidad, para el caso de la contabilidad, serán los estados financieros totalmente oportunos y plenamente confiables.

Gráfico 2
Ciclo financiero



FUENTE: Zapata (2011, p.34) Contabilidad general

ELABORACIÓN: La Autora

2.3.6 Flujo del proceso contable

En el flujograma que viene a continuación se presenta la secuencia de los pasos que siguen las transacciones que ejecutan las empresas:

Gráfico 3
Proceso Contable

Proceso contable	
1er. paso	Reconocimiento de la operación
	Documento fuente
	<ul style="list-style-type: none"> • Prueba evidente con soporte • Requiere análisis • Se archiva cronológicamente
2do. paso	Jornalización o registro inicial
	Libro diario
	<ul style="list-style-type: none"> • Registro inicial • Requiere criterio y orden • Se presenta como asiento
3er. paso	Mayorización
	Libro mayor
	<ul style="list-style-type: none"> • Clasifica valores y obtiene saldos de cuentas • Requiere criterio y orden • Brinda idea del estado de cada cuenta
4to. paso	Comprobación
	Ajustes
	<ul style="list-style-type: none"> • Actualiza y depura saldos • Permite presentar saldos razonables
	Balance
5to. paso	<ul style="list-style-type: none"> • Resumen significativo • Valida el cumplimiento de normas y concepto de general aceptación
	Estructuración de informes
	Estados financieros
	<ul style="list-style-type: none"> • Financiero • Económico

FUENTE: Zapata (2011, p.35) Contabilidad general

ELABORACIÓN: La Autora

2.3.6.1 Reconocimiento de Operaciones

Implica entrar en contacto con la documentación de sustento (facturas, recibos, notas de crédito, etc.) y efectuar el análisis que conlleva a identificar la naturaleza, el alcance de la operación y las cuentas contables afectadas. Los documentos fuente constituyen la evidencia escrita que da origen a los registros contables y respaldan todas las transacciones que realiza la empresa. (Zapata, 2011, p.36).

2.3.6.2 La Jornalización

Zapata (2011, p.40) manifiesta que: “La Jornalización o registro inicial es el acto de registrar las transacciones por primera vez en libros adecuados, mediante la forma de asiento contable y conforme vayan ocurriendo”.

- **Asiento contable:** es la fórmula técnica de anotación de las transacciones bajo partida doble.
- **Libro diario:** es el registro contable principal, en el que se anotan todas las operaciones en forma de asiento.

2.3.6.3 La Mayorización

Zapata (2011, p.42) manifiesta que: “Es la acción de trasladar sistemáticamente y de manera clasificada los valores que se encuentran jornalizados, respetando la ubicación de las cifras”.

- **Libro mayor:** es el segundo registro principal que se mantiene por cada cuenta, con el propósito de conocer su movimiento y saldo en forma particular. Para fines didácticos se utiliza la denominada “T” contable.

2.3.6.4 Comprobación

Mensualmente se debe verificar el cumplimiento del concepto de partida doble y otros relacionados con la valoración, consistencia, etc.; para esto será necesario elaborar un Balance de comprobación, el mismo que se prepara con

los saldos de las diferentes cuentas que constan en el Libro mayor principal. (Zapata, 2011, p.44).

- **Ajustes:** permiten presentar saldos razonables mediante la depuración oportuna y apropiada de todas las cuentas que, por diversas causas (errores, omisiones y desactualizaciones), no presentan valores que puedan ser comparados y por ende, no denotan la situación económica y financiera de la empresa.

2.3.6.5 Estructuración de Estados Financieros

Los estados financieros son reportes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa, la cual permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad. (Zapata, 2011, p.62).

Según las NIIF para la PYMES, establece la obligatoriedad que deben tener las empresas para preparar y presentar los siguientes estados financieros al concluir un ejercicio económico:

- a) **Estado de Situación Financiera:** refleja la posición financiera de la empresa en un determinado momento. La situación financiera de una entidad es la relación entre los activos, los pasivos y el patrimonio en una fecha concreta.
- **Activo:** es un recurso controlado por la entidad como resultado de sucesos pasados, del que la entidad espera obtener, en el futuro, beneficios económicos.
- **Pasivo:** es una obligación presente de la entidad, surgida a raíz de sucesos pasados, al vencimiento de la cual, espera desprenderse de recursos que incorporan beneficios económicos.
- **Patrimonio:** es la parte residual de los activos de la entidad, una vez deducidos todos sus pasivos.
- b) **Estado de Resultados:** refleja el resultado positivo o negativo del ejercicio económico de la empresa. Indica la relación entre los ingresos y los gastos de una entidad durante un periodo sobre el que se informa.

- **Ingresos:** son los incrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo sobre el que se informa, en forma de entradas o incrementos de valor de los activos, o bien como decrementos de las obligaciones, que dan como resultado aumentos del patrimonio, distintas de las relacionadas con las aportaciones de inversores de patrimonio.
 - **Gastos:** son los decrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo sobre el que se informa, en forma de salidas o disminuciones del valor de los activos, o bien por la generación o aumento de los pasivos, que dan como resultado decrementos en el patrimonio, distintos de los relacionados con las distribuciones realizadas a los inversores de patrimonio.
- c) **Estado de Cambios en el Patrimonio:** refleja información sobre la utilidad del ejercicio, los efectos de los cambios en políticas contables y las correcciones de errores reconocidos en el periodo, los importes de las inversiones hechas, los dividendos y otras distribuciones recibidas, durante el periodo por los inversores en patrimonio.
- d) **Estado de Flujo del Efectivo:** proporciona información sobre los cambios en el efectivo y equivalentes al efectivo de una entidad durante el periodo sobre el que se informa, mostrando por separado los cambios según procedan de actividades de operación, actividades de inversión y actividades de financiación.
- **Equivalentes al efectivo:** son inversiones a corto plazo de gran liquidez que se mantienen para cumplir con los compromisos de pago a corto plazo más que para propósitos de inversión u otros.
 - **Actividades de operación:** son las actividades que constituyen la principal fuente de ingresos de actividades ordinarias de la entidad.
 - **Actividades de inversión:** son las de adquisición y disposición de activos a largo plazo, y otras inversiones no incluidas en equivalentes al efectivo.

- **Actividades de financiación:** son las actividades que dan lugar a cambios en el tamaño y composición de los capitales aportados y de los préstamos tomados de una entidad.
- e) **Notas a los Estados Financieros:** las notas proporcionan descripciones narrativas o desagregaciones de partidas presentadas en los estados e información sobre partidas que no cumplen las condiciones para ser reconocidas en ellos, información sobre las bases para la preparación de los estados financieros, sobre las políticas contables específicas utilizadas, información adicional que no se presenta en ninguno de los estados financieros, pero que es relevante para la comprensión de cualquiera de ellos.

2.3.7 NIIF para PYMES

En julio 2009 el IASB publicó la NIIF para las PYMES, misma que se define como una norma simplificada de 35 secciones, diseñadas para satisfacer las necesidades y capacidades de las pequeñas y medianas empresas. Establecen los requerimientos de reconocimiento, medición, presentación e información a revelar que se refieren a las transacciones y otros sucesos y condiciones que son importantes en los estados financieros con propósito de información general.

Las NIIF se basan en un Marco Conceptual, el cual se refiere a los conceptos presentados dentro de los estados financieros con propósito de información general. Para las Pymes es de gran importancia conocer sobre la aplicabilidad de las NIIF. En comparación con las NIIF completas (y muchos PCGA nacionales), las NIIF para las PYMES son menos complejas en una serie de formas para tratar ciertos eventos y transacciones en los Estados Financieros.

El IASB caracteriza a las pequeñas y medianas entidades como aquellas que: no tienen obligación pública de rendir cuentas; y publican estados financieros con propósito de información general para usuarios externos. Las compañías que en base a su estado de situación financiera cortado al 31 de diciembre del ejercicio económico anterior, cumplan las siguientes condiciones, aplicaran NIIF para PYMES:

- Activos totales, inferiores a US \$ 4.000.000,00.
- Registren un Valor Bruto de Ventas Anuales hasta US \$ 5.000.000,00.
- Tengan menos de 200 trabajadores.

A continuación se presenta el Cronograma de implementación de acuerdo a la resolución de la Superintendencia de Compañías del Ecuador:

Gráfico 4
Cronograma de implementación de NIIF



FUENTE: Superintendencia de Compañías

ELABORACIÓN: La Autora

2.4 La Tributación

2.4.1 Tributos

Los tributos son prestaciones de servicios en dinero, bienes o servicios, determinados por la Ley, que el Estado recibe como ingresos en función de la capacidad económica y contributiva a financiar los servicios públicos y otros propósitos de interés general. (Servicios de Rentas Internas, 2010, p.31).

Los tributos en nuestro país están dispuestos y regulados por la Ley en el Código Tributario. Aunque se utiliza el término impuesto como sinónimo de tributo, la legislación ecuatoriana determina que los impuestos son uno de los tipos de tributos junto con las tasas y las contribuciones.

2.4.2 Impuestos

Son contribuciones que se pagan por vivir en sociedad, no constituyen una obligación contraída como pago de un bien o servicio recibido, aunque su recaudación pueda financiar determinados bienes o servicios para la comunidad. Los impuestos podrían ser considerados como los tributos de mayor importancia en cuanto a su potencial recaudatorio y a diferencia de los otros tipos de tributos se apoyan en el principio de equidad o diferenciación de la capacidad contributiva. (Servicios de Rentas Internas, 2010, p.32).

2.4.3 Impuesto al Valor Agregado

El Impuesto al Valor Agregado grava la transferencia de bienes y servicios entre las personas que están bajo el régimen tributario ecuatoriano, es decir, se imponen sobre todas las etapas de comercialización de productos y de prestación de servicios. Este impuesto, como todos los demás, tiene una base sobre la cual se calcula su valor, un hecho o actividad que lo genera y por supuesto, una tarifa. (Servicios de Rentas Internas, 2010, p.79).

- Tarifas del impuesto

El IVA se agrega al precio de los productos o servicios y las tarifas establecidas son 12% y 0%.

- Base imponible del IVA

La base imponible del IVA es el valor total de los bienes que se transfieren o de los servicios que se prestan, calculándolos en cuanto a los precios de venta o de prestación, se incluyen los impuestos, tasas por servicios y cualquier otro gasto legalmente imputable al precio.

- Liquidación del IVA y crédito tributario

Para conocer los valores que se incluirán en la declaración del IVA, debemos calcular la diferencia entre el IVA cobrado (ventas) y el IVA pagado (compras).

Si el IVA cobrado es mayor que el IVA pagado es esa diferencia el monto de impuesto que se debe pagar, previa autorización del SRI al momento de presentar la declaración.

No siempre el IVA en ventas es mayor que el IVA en compras. Cuando esto sucede, la diferencia que queda a favor puede constituirse en crédito tributario o puede ser imputada al costo o gasto.

No existe el derecho a crédito tributario por el IVA pagado cuando se producen o venden bienes o se prestan servicios gravados en su totalidad con tarifa 0%.

- Declaración del IVA

Todas las personas y sociedades están en la obligación de presentar declaraciones de IVA por las operaciones que realizan.

Si los productos que venden o los servicios que se prestan gravados con tarifa 12%, la declaración se la debe presentar mensualmente con relación a las operaciones realizadas dentro del mes calendario inmediatamente anterior, de igual manera si realizan operaciones con tarifa 12% y 0%.

Quienes exclusivamente transfieren bienes o prestan servicios gravados con tarifa 0%, deben presentar una declaración semestral, de igual manera los sujetos pasivos no obligados a llevar contabilidad que son sujetos de retención en la fuente por la totalidad del impuesto al valor agregado facturado.

La declaración se realiza en el formulario 104, para personas naturales obligadas a llevar contabilidad y que realicen actividades de comercio exterior; y en formulario 104 A, para personas naturales no obligadas a llevar contabilidad y que no realicen actividades de comercio exterior.

Los plazos para la presentación de la declaración, varían de acuerdo al noveno dígito de la cédula o RUC, a continuación se presenta las fechas en que se debe declarar:

Cuadro 3
Fechas de declaración del IVA

IVA			
NOVENO DÍGITO	DECLARACIÓN MENSUAL	DECLARACIÓN SEMESTRAL	
		1º SEMESTRE	2º SEMESTRE
1	10 del siguiente mes	10 de enero	10 de julio
2	12 del siguiente mes	12 de enero	12 de julio
3	14 del siguiente mes	14 de enero	14 de julio
4	16 del siguiente mes	16 de enero	16 de julio
5	18 del siguiente mes	18 de enero	18 de julio
6	20 del siguiente mes	20 de enero	20 de julio
7	22 del siguiente mes	22 de enero	22 de julio
8	24 del siguiente mes	24 de enero	24 de julio
9	26 del siguiente mes	26 de enero	26 de julio
0	28 del siguiente mes	28 de enero	28 de julio

FUENTE: Servicio de Rentas Internas

ELABORACIÓN: La Autora

- Retención en la fuente del IVA

Los agentes de retención deben retener el IVA en una porción del 30% del impuesto causado, cuando se origine en la transferencia de bienes muebles y 70% del impuesto, cuando se origine en la prestación de servicios gravados.

La retención en la fuente en los pagos a profesionales y en el arrendamiento de inmuebles personas naturales no obligadas a llevar contabilidad, debe realizarse por el 100% del IVA facturado.

2.4.4 Impuesto a la Renta

Es el impuesto que se debe cancelar sobre los ingresos o rentas, producto de actividades personales, comerciales, industriales, agrícolas, en general, actividades económicas y aún sobre ingresos gratuitos, percibidos durante una año, luego de descontar los costos y gastos incurridos para obtener o conservar dichas rentas. Al ser relativo a los ingresos, lo pagan los contribuyentes según su capacidad económica. (Servicios de Rentas Internas, 2010, p.92).

- Base imponible del Impuesto a la Renta

La base imponible está constituida por la totalidad de los ingresos ordinarios y extraordinarios gravados con el impuesto a la renta menos las devoluciones, los descuentos, los costos, los gastos y las deducciones imputables a tales ingresos, es decir, para establecer la base imponible, se debe deducir la totalidad de ingresos los gastos que se efectúen para obtener, mantener o mejorar los ingresos que se encuentren gravados.

- Gastos personales

La deducción del total por gastos personales no podrá superar el 50% del total de los ingresos gravados del contribuyente y en ningún caso será mayor al equivalente a 1.3 veces la fracción básica desgravada del impuesto a la renta de personas naturales, esto es US \$12.636,00, ya que para el año 2012 la fracción básica desgravada fue de US \$9.720.00. Los gastos personas son los relacionados con: vivienda, educación, salud, alimentación, vestimenta.

- Liquidación del Impuesto a la Renta

Para liquidar el impuesto a la renta en el caso de las personas naturales y de las sucesiones indivisas, se aplicará a la base imponible las siguientes tarifas:

Cuadro 4
Impuesto a la renta

FRACCIÓN BÁSICA	EXCESO HASTA	IMPUESTO FRACCIÓN BÁSICA	IMPUESTO FRACCIÓN EXCEDENTE
0,00	9.720	0	0%
9.720	12.380	0	5%
12.380	15.480	133	10%
15.480	18.580	443	12%
18.580	37.160	815	15%
37.160	55.730	3.602	20%
55.730	74.320	7.316	25%
74.320	99.080	11.962	30%
99.080	En adelante	19.392	35%

FUENTE: Servicio de Rentas Internas

ELABORADO POR: La Autora

Las sociedades constituidas en el Ecuador así como las sucursales de sociedades extranjeras domiciliadas en el país y los establecimientos permanentes de sociedades extranjeras no domiciliadas que obtengan ingresos gravables, estarán sujetas a la tarifa impositiva del 24% sobre su base imponible para el año 2011 y para el año 2012 la tarifa el impuesto será del 23%. Los plazos para la presentación de la declaración, varían de acuerdo al noveno dígito de la cédula o RUC, de acuerdo al tipo de contribuyente:

Cuadro 5
Fechas de declaración del impuesto a la renta

NOVENO DÍGITO	PERSONAS NATURALES	SOCIEDADES
1	10 de marzo	10 de abril
2	12 de marzo	12 de abril
3	14 de marzo	14 de abril
4	16 de marzo	16 de abril
5	18 de marzo	18 de abril
6	20 de marzo	20 de abril
7	22 de marzo	22 de abril
8	24 de marzo	24 de abril
9	26 de marzo	26 de abril
0	28 de marzo	28 de abril

FUENTE: Servicio de Rentas Internas

ELABORADO POR: La Autora

2.4.5 Anexos transaccionales

La Administración Tributaria requiere para efectos de control que los contribuyentes presenten información adicional a las declaraciones de impuestos. Esta información recibe el nombre de anexo, cuya finalidad es proporcionar a nivel de detalle la información que sustenta las declaraciones de impuestos u otra información relevante. (www.sri.gob.ec).

Estos anexos deben ser presentados por los contribuyentes de acuerdo al tipo de actividad que realizan. Actualmente el SRI solicita los siguientes anexos:

- ✓ Anexo Gastos Personales

- ✓ Anexo Transaccional Simplificado (ATS)
- ✓ Anexo de Retenciones en la fuente de Impuesto a la Renta por otros conceptos (REOC)
- ✓ Anexo de Retenciones en la fuente por relación de dependencia (RDEP)
- ✓ Anexo de ICE
- ✓ Anexo Movimiento Internacional de Divisas (ISD)
- ✓ Anexo de Declaración Patrimonial (DPT)
- ✓ Anexo de Operaciones con Partes Relacionadas del Exterior (OPRE)
- ✓ Anexo de notarios, registradores de la propiedad y registradores mercantiles (ANR)

Los anexos deben enviarse de acuerdo a los calendarios especificados en las resoluciones relativas a cada tipo de anexo.

2.5 Estudio de Mercado

Baca (2010, p.7) manifiesta que: “El estudio de mercado es la determinación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”.

La finalidad del estudio de mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dada ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios en cierto período.

2.5.1 Mercado

Baca (2010, p.12) manifiesta que: “El mercado es área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar transacciones de bienes y servicios a precios determinados”.

- **Mercado meta:** está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar.

- **Segmento de mercado:** grupo de consumidores que responden de forma similar a un conjunto específico de actividades de marketing.

2.5.2 Producto

Folleto Formulación de Proyectos (2011, p.49): “El producto se denomina como el resultado de la acción del trabajo sobre y con los factores de producción, como medios que en el momento y circunstancias dadas, permiten satisfacer las necesidades”.

2.5.3 Demanda

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. (Baca, 2010, p.15).

- **Clasificación de la demanda:**

a) De acuerdo con su probabilidad:

- Demanda real: es la demanda totalmente cierta
- Demanda aparente: es aquella demanda probable en la cual no se conocen las pérdidas y/o mermas por comercialización.
- Demanda potencial: es la demanda probable que al satisfacer determinadas condiciones se le puede volver real.

La demanda en el estudio de mercado puede ser:

- Demanda insatisfecha: en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.
- Demanda satisfecha: en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que se requiere.

2.5.4 Oferta

El principal propósito que se persigue con el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio. La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de empresas o productores están dispuestos a llevar al mercado por un precio determinado. (Baca, 2010, p.41).

2.5.5 Precio

Baca (2010, p.44) manifiesta que: “El precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio”. Los precios se tipifican como:

- ✓ Internacional: se usa para artículos de importación y exportación.
- ✓ Regional externo: precio vigente en parte de un continente.
- ✓ Regional interno: precio vigente en sólo una parte del país.
- ✓ Local: precio vigente en una población o poblaciones pequeñas y cercanas.
- ✓ Nacional: precio vigente en todo el país y normalmente lo tienen productos con control oficial de precios o artículos industriales muy especializados.

2.5.6 Comercialización

La comercialización es la actividad que le permite al productor hacer llegar su producto o servicio al consumidor, obteniendo los beneficios correspondientes en materia de tiempo y lugar. Tiene como finalidad colocar el producto u ofrecer en un sitio y momento adecuados para dar al consumidor la satisfacción que desea obtener al realizar su adquisición. (Núñez, 2011, p.57).

2.5.7 Distribución

Baca (2010, p.49) “La distribución es la ruta que tome un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria”.

- **Canales de distribución:**

- a) Productores – Consumidores
- b) Productores – Minoristas – Consumidores
- c) Productores – Mayoristas – Minoristas – Consumidores
- d) Productores – Mayoristas – Consumidores
- e) Productores – Representantes – Mayoristas – Consumidores

2.5.8 Publicidad

Folleto Formulación de Proyectos (2011, p.57): “La publicidad es la forma de divulgación de un producto o servicio a través de medios de comunicación: televisión, radio, internet, prensa”.

2.6 Estudio Técnico

Baca (2010, p.74) manifiesta que: “El estudio técnico es la reunión y análisis de la información que permita verificar la posibilidad técnica de fabricar el producto, determinar el efecto de las variables del proyecto en su rentabilidad”.

Uno de los aspectos que mayor atención requiere por parte de los analistas, es el estudio técnico que supone: la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y, obviamente, la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero.

2.6.1 Tamaño del Proyecto

Baca (2010, p.75) manifiesta que: “El tamaño del proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

2.6.2 Localización del Proyecto

Baca (2010, p.86) manifiesta que: “El objetivo de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta”.

Se identifica y analiza las variables denominadas fuerzas locacionales con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario.

- Macrolocalización: zona general en donde se instalará la empresa.
- Microlocalización: punto preciso, dentro de la macrozona, en donde se ubicará definitivamente la empresa.

2.6.3 Ingeniería del Proyecto

Baca (2010, p.89) manifiesta que: “Resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta”.

Se relaciona con la etapa técnica, es decir con la participación de ingenieros en las actividades de estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto.

2.7 Estudio Financiero

Pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta, así como una serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica. (Baca, 2010, p.139).

El estudio financiero permite estimar el rendimiento de una inversión, estudiar su riesgo y saber si el flujo de fondos de una empresa alcanza para afrontar los pagos. Es un método que permite analizar las consecuencias financieras de un proyecto.

2.7.1 Capital de trabajo

Capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y

diferido) con lo que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa. (Baca, 2010, p.181).

2.7.2 Costos

Chiliquinga (2007, p.9) manifiesta que: “Es el conjunto de valores incurridos en un período perfectamente identificados con el producto que se fabrica. El costo es recuperable”.

2.7.3 Gastos financieros

Chiliquinga (2007, p.9) manifiesta que: “Gastos financieros son pagos (intereses y comisiones) que se realizan a instituciones bancarias y financieras. Llamados también cargas financieras”.

2.7.4 Gastos de venta

Chiliquinga (2007, p.9) manifiesta que: “Gastos de venta son desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas”.

2.7.5 Depreciaciones

Según NIIF para PYMES de AISB: “Depreciación es la distribución sistemática del importe depreciable de un activo a lo largo de su vida útil”.

2.7.6 Indicadores de evaluación financiera

2.7.6.1 Valor Actual Neto (VAN)

Valor actual neto determina el valor presente de los flujos futuros de efectivo generados en el periodo de vida útil del proyecto, resulta de restar la suma de flujos descontados a la inversión inicial. Si la diferencia de los flujos de efectivos futuros y los gastos generados es mayor a cero, entonces la inversión será buena; ya que se obtendrá beneficios; caso contrario; es decir que los flujos de efectivos actualizados son menores que cero, el proyecto no es viable. (Baca, 2010, p.182).

Para el cálculo del VAN se utiliza la siguiente fórmula:

$$VAN = -I + \frac{FE\ 1}{(1+r)^1} + \frac{FE\ 2}{(1+r)^2} + \frac{FE\ 3}{(1+r)^3} + \frac{FE\ 4}{(1+r)^4} + \frac{FE\ 5}{(1+r)^5} \dots$$

2.7.6.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Baca (2010, p.184) manifiesta que: “Tasa interno de retorno es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Evalúa un proyecto en función de que existe rentabilidad o no, durante el periodo de vida útil del proyecto”.

La fórmula para el cálculo del TIR es:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{(VANTi - VANTs)}$$

2.7.6.3 Punto de Equilibrio

Baca (2010, p.148) manifiesta que: “Punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables, es decir que no se gana ni pierde”.

Para el cálculo del punto de equilibrio se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

2.7.6.4 Relación Beneficio/costo

Baca (2010, p.185) manifiesta que: “Relación beneficio/costo se obtiene mediante la división de los ingresos actualizados para los gastos actualizados”.

La relación Beneficio – Costo debe ser mayor que 1 para que la inversión sea atractiva; caso contrario el proyecto no es viable.

De esta relación nace la siguiente fórmula:

$$\text{Beneficio} - \text{Costo} = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Gastos actualizados}}$$

2.7.6.5 Tiempo de recuperación de la inversión

Baca (2010, p.186) manifiesta que: “Tiempo de recuperación de la inversión es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial”.

Determina el número de años que la organización tarda en recuperar la inversión en un determinado proyecto. Es utilizado para medir la viabilidad de un proyecto.

2.8 Estructura Organizacional

El concepto de estructura implica el análisis interno de una totalidad e elementos constitutivos, su disposición y sus interrelaciones. Existen dos factores que afectan la estructura: contexto y diseño.

2.8.1 Bases filosóficas

2.8.1.1 Misión

Munch (2008, p.33) manifiesta que: “La misión es la razón de ser de la organización, su formulación es una etapa de las más importantes en el proceso de planeación. Los requisitos que debe reunir una misión son: amplia, motivadora, permanente y congruente”.

Es una declaración del propósito que distingue a una compañía de otras similares. Es la que articula el propósito fundamental de la organización y a menudo incluye varios componentes.

2.8.1.2 Visión

Munch (2008, p.34) manifiesta que: “La visión es el enunciado del estado deseado en el futuro para la organización. Fija el rumbo de la empresa, plantea retos, sirve como punto de consenso, estimula la creatividad y la coordinación de esfuerzos”.

La visión responde a la pregunta ¿en qué nos queremos convertir? Es decir lo que la empresa quiere llegar hacer en el futuro.

2.8.1.3 Objetivos

Los objetivos se definen como los resultados específicos que una organización busca alcanzar al perseguir su misión básica. Los objetivos son esenciales para la organización, porque señalan la dirección, generan coordinación y constituyen la base para el cumplimiento de actividades. (Fred, 2008, p.13).

2.8.1.4 Estrategias

Munch (2008, p.34) manifiesta que: “Son alternativas o cursos de acción que muestran los medios, los recursos y los esfuerzos que deben emplearse para lograr los objetivos”.

2.8.1.5 Políticas institucionales

Fred (2008, p.1) manifiesta que: “Las políticas son los medios que permiten alcanzar los objetivos. Incluyen directrices, reglas y procedimientos establecidos para apoyar los esfuerzos dirigidos al logro de los objetivos enunciados. Son guías para la toma de decisiones”.

2.8.1.6 Organigrama

Organigrama es la representación gráfica de la estructura organizacional de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestra la composición de las unidades administrativas que la integran, sus relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría. (Benjamín y Fincowsky, 2009, p.124).

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Introducción al estudio de mercado

Las actividades económicas de la ciudadanía pimampireña no disponen de un estilo de gestión técnico en contabilidad y tributación, debido a la insuficiencia de asesoramiento profesional; además los cambios tecnológicos, políticos, económicos, son factores que de una y otra manera incurren en el ámbito micro empresarial y que de estos surge la necesidad de tener una asesoría técnica y confiable, que sirva de soporte para lograr un desarrollo.

Es por ello que el presente proyecto pretende determinar la viabilidad que puede tener el Centro de asesoramiento contable y tributario, el potencial mercado que se pueda explotar, a través de la determinación de una demanda insatisfecha y conociendo las características de los consumidores, necesidades, gustos y preferencias, con el objeto de cumplirlas y superarlas.

3.2 Objetivos del estudio de mercado

3.2.1 Objetivo general

Efectuar un estudio de mercado que permita determinar la oportunidad de brindar servicios de asesoramiento contable y tributario a domicilio en la ciudad de Pimampiro.

3.2.2 Objetivos específicos

- ✓ Cuantificar el número de comerciantes, microempresas u otras entidades económicas que dadas ciertas condiciones, presentan una demanda para los servicios de asesoría.
- ✓ Determinar la cantidad de los servicios que se está dispuesto a poner en el mercado a un precio determinado.

- ✓ Estimar los precios o tarifas a los que serán vendidos los servicios de asesoría que brindará el Centro.
- ✓ Detectar los canales a través de los cuales, se comercializarán los servicios de asesoría, así como su publicidad, para darse a conocer en el mercado.

3.3 Variables del estudio de mercado

Las variables del estudio de mercado a evaluarse y medirse de acuerdo a los objetivos propuestos serán las siguientes: demanda, servicios, precios, canales-publicidad

3.4 Indicadores

3.4.1 Demanda

- Número de comerciantes y microempresas
- Servicios

3.4.2 Servicios

- Actividad económica
- Contratación de servicios
- Satisfacción de necesidades

3.4.3 Precios

- Rentabilidad de los negocios
- Competencia
- Inflación

3.4.4 Canales y publicidad

- Servicio personalizado
- Estrategias
- Medios de comunicación

3.5 Matriz del estudio de mercado

Cuadro 6
Matriz estudio de mercado

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	PÚBLICO META
Cuantificar el número de comerciantes, microempresas u otras entidades económicas que dadas ciertas condiciones, presentan una demanda para los servicios de asesoría.	Demanda	*Número de comerciantes y microempresas *Servicios	Primaria	Encuesta	Comerciantes y microempresas
Determinar la cantidad de los servicios que se está dispuesto a poner en el mercado a un precio determinado.	Servicios	*Actividad económica *Contratación de servicios *Satisfacción de necesidades	Primaria	Encuesta	Comerciantes y microempresas
Estimar los precios o tarifas a los que serán vendidos los servicios de asesoría que brindará el Centro.	Precios	*Rentabilidad de los negocios *Competencia *Inflación	Primaria	Encuesta	Comerciantes y microempresas
Detectar los canales a través de los cuales, se comercializarán los servicios de asesoría, así como su publicidad, para darse a conocer en el mercado.	Canales y publicidad	*Servicio personalizado *Estrategias *Medios de comunicación	Primaria	Encuesta	Comerciantes, microempresas

ELABORADO POR: La Autora

3.6 Segmentación de mercado

3.6.1 Mercado meta

El mercado meta al que está dirigido el servicio de asesoría es la ciudad de Pimampiro, con el fin de satisfacer las necesidades a nivel local.

3.6.2 Segmento de mercado

El mercado se divide en tres segmentos que son:

- Microempresas
- Comerciantes que actúan de forma libre
- Comerciantes de la Plaza 10 de agosto.

3.7 Mecánica operativa

3.7.1 Determinación de la población o universo

Las poblaciones que fueron objeto de estudio son: las microempresas, los comerciantes que actúan de forma libre y los comerciantes de la Plaza 10 de Agosto.

Según el catastro de Pimampiro existen:

- 380 microempresas
- 59 comerciantes libres
- 200 comerciantes de la Plaza 10 de Agosto.

3.7.2 Determinación de la muestra

Las poblaciones conformadas por: las microempresas y los comerciantes, por ser mayores a cien unidades se aplicó el muestreo estratificado.

Cuadro 7
Cálculo de la muestra

ESTRATOS	POBLACIÓN	%	MUESTRA
Microempresas	380	59%	143
Comerciantes libres	59	16%	22
Comerciantes Plaza 10 de Agosto	200	25%	75
TOTAL	639	100%	240

FUENTE: Catastro del Municipio de Pimampiro

ELABORADO POR: La Autora

$$n = \frac{Z^2 \cdot d^2 \cdot N}{E^2(N-1) + Z^2 \cdot d^2} = \frac{(1,96)^2(639)(0,25)}{(0,05)^2(639 - 1) + (1,96)^2(0,25)} = 240$$

3.7.3 Información primaria

3.7.3.1 Encuestas:

Para la obtención de la información primaria se realizó una encuesta (Anexo 2) estructurada con preguntas dicotómicas y de selección múltiple, enfocada a las microempresas y los comerciantes; lo que permitió conocer la opinión de la población y aspectos sobre la situación de sus negocios.

La finalidad básica de la encuesta fue conseguir información sobre la necesidad de implantar en la ciudad de Pimampiro, un centro unipersonal dedicado a prestar servicios contables y tributarios a domicilio.

3.8 Tabulación y análisis de la información

3.8.1 Encuestas aplicadas a los comerciantes y microempresas de la ciudad de Pimampiro.

1) ¿Su negocio de qué tipo es?

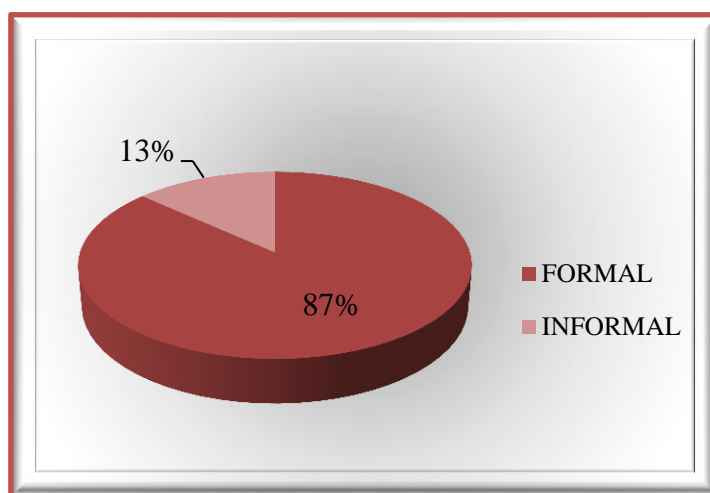
Cuadro 8
Tipo de negocio

ALTERNATIVAS	ENCUESTAS	%
FORMAL	208	87%
INFORMAL	32	13%
TOTAL	240	100%

FUENTE: Comerciantes y Negocios

ELABORADO POR: La Autora

Gráfico 5
Tipo de negocio



En la ciudad de Pimampiro el 87% de los investigados consideran que su actividad económica es formal ya que están legalmente constituidas y cumplen con ordenanzas municipales, a pesar de esto son negocios pequeños de gestión familiar, donde la experiencia y la tradición son los aspectos que determinan su manera de administrar. Y el 13% considera que sus actividades son informales ya que las ejercen de manera libre sin los permisos correspondientes y sin una constitución legal de su negocio.

2) ¿Qué tiempo lleva ejerciendo ésta actividad?

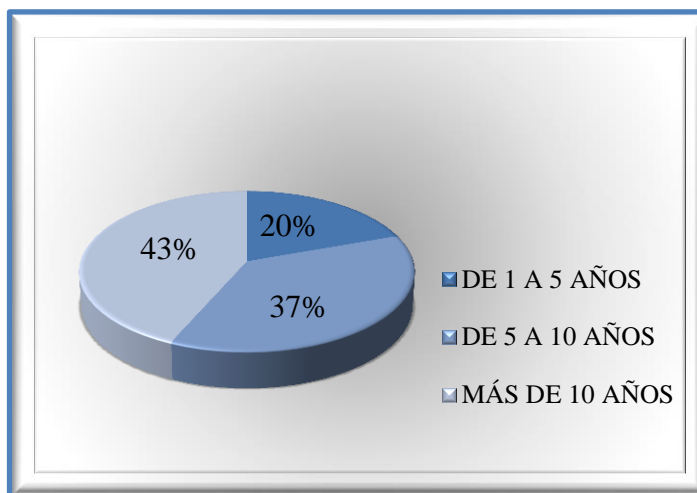
Cuadro 9
Tiempo de la actividad

ALTERNATIVAS	ENCUESTAS	%
MENOS DE 1 AÑO	0	0%
DE 1 A 5 AÑOS	47	20%
DE 5 A 10 AÑOS	89	37%
MÁS DE 10 AÑOS	104	43%
TOTAL	240	100%

FUENTE: Comerciantes y Negocios

ELABORADO POR: La Autora

Gráfico 6
Tiempo de la actividad



Del total de los encuestados el 20% llevan ejerciendo sus actividades económicas entre 1 a 5 años, considerándolos como nuevos en el mercado; el resto de los investigados tienen una trayectoria de 5 años en adelante, quienes han logrado una sostenibilidad en el mercado, garantizando la permanencia organizacional.

3) ¿Cuántas personas laboran en su actividad económica?

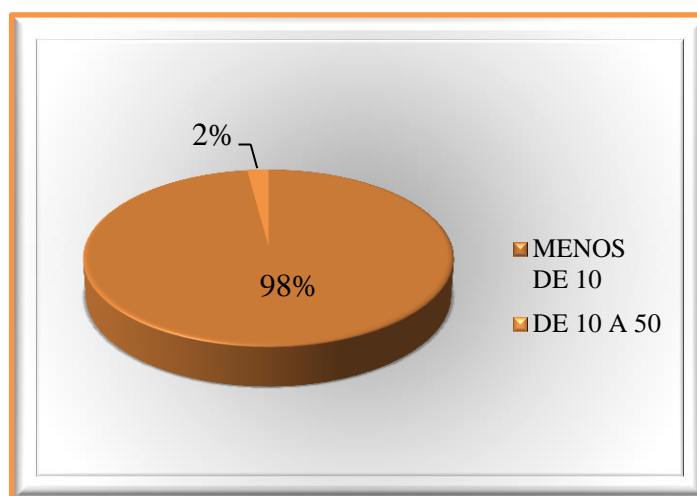
Cuadro 10
Número de personas

ALTERNATIVAS	ENCUESTAS	%
MENOS DE 10	235	98%
DE 10 A 50	5	2%
MÁS DE 50	0	0%
TOTAL	240	100%

FUENTE: Comerciantes y Negocios

ELABORADO POR: La Autora

Gráfico 7
Número de personas



En Pimampiro el 98% de negocios son muy pequeños, debido al tamaño de la infraestructura, capital y número de colaboradores, tipificándolos como microempresas por tener menos de 10 colaboradores, donde generalmente las actividades son ejercidas por una sola persona. Esto debido a que es un mercado restringido, enfocado principalmente al sector agrícola, comercial y de servicios.

4) ¿Considera que su actividad económica es?

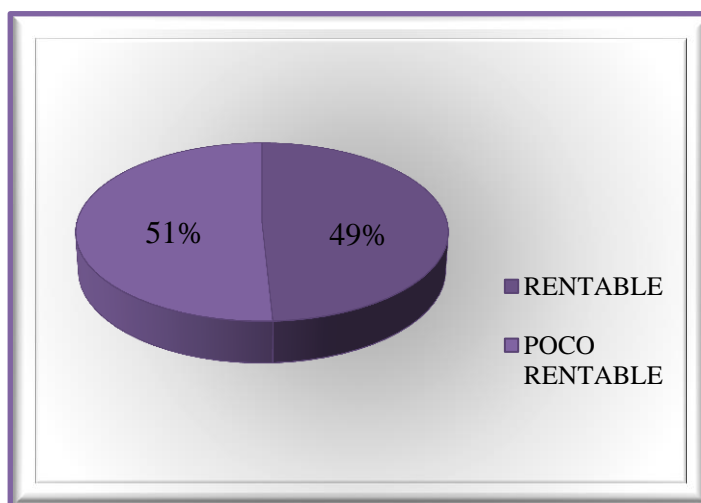
Cuadro 11
Rentabilidad de la actividad

ALTERNATIVAS	ENCUESTAS	%
RENTABLE	118	49%
POCO RENTABLE	122	51%
NO RENTABLE	0	0%
TOTAL	240	100%

FUENTE: Comerciantes y Negocios

ELABORADO POR: La Autora

Gráfico 8
Rentabilidad de la actividad



El 49% de los encuestados consideran que sus actividades económicas son rentables, ya que existe una gran demanda de sus productos y servicios, siendo los principales negocios los abastos, bodegas de granos, restaurantes, panaderías, ferreterías, salones de belleza, vulcanizadoras, papelerías y transporte. Y el 51% en cambio piensa que sus negocios son poco rentables, debido a que hay una disminución de las ventas de sus productos y servicios, por la existencia de una notoria competencia.

5) ¿Qué tipo de contribuyente es frente al SRI?

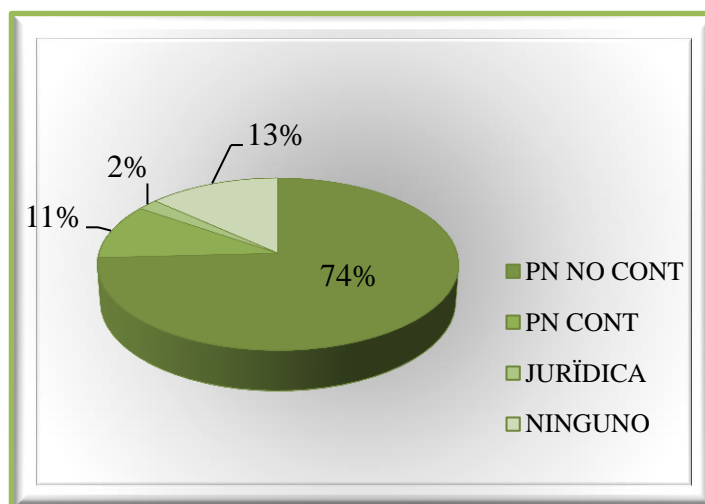
Cuadro 12
Tipo de contribuyente

ALTERNATIVAS	ENCUESTAS	%
PN NO CONT	178	74%
PN CONT	25	11%
JURÍDICA	5	2%
NINGUNO	32	13%
TOTAL	240	100%

FUENTE: Comerciantes y Negocios

ELABORADO POR: La Autora

Gráfico 9
Tipo de contribuyente



El 74% de los encuestados son personas naturales no obligadas a llevar contabilidad ya que, no sobrepasan los límites establecidos por el Servicio de Rentas Internas, en la legislación tributaria ecuatoriana. El 11% de los negocios están inscritos como personas naturales obligadas a llevar contabilidad, ya que sobrepasan los siguientes parámetros: \$ 100.000 de ingresos, \$ 80.000 de gastos y \$ 60.000 de capital. Las personas que ejercen sus actividades económicas de manera informal frente al SRI no están inscritas.

6) ¿En qué régimen está inscrito?

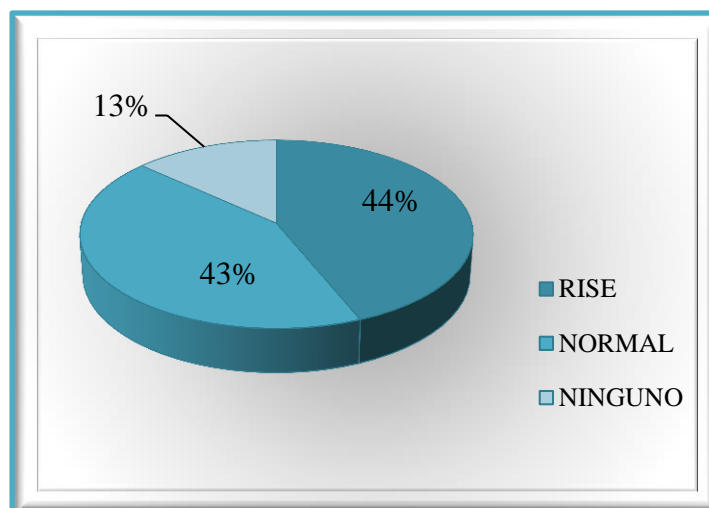
Cuadro 13
Régimen inscrito

ALTERNATIVAS	ENCUESTAS	%
RISE	105	44%
NORMAL	103	43%
NINGUNO	32	13%
TOTAL	240	100%

FUENTE: Comerciantes y Negocios

ELABORADO POR: La Autora

Gráfico 10
Régimen inscrito



El 43% de los investigados se encuentran inscritos en el Régimen Normal, quienes obligatoriamente cumplen con: la obtención del RUC, declaración y pago de impuestos, emisión de comprobantes de venta autorizados, registro de los libros contables de las actividades económicas. El 44% están inscritos en el Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano, los cuales optaron por éste sistema debido a los siguientes beneficios: no necesitan hacer declaraciones, se evitan que les hagan retenciones de impuestos y no tendrá la obligación de llevar contabilidad. Las personas que ejercen sus actividades económicas de manera informal frente al SRI no están inscritas en ningún régimen, por desconocimiento.

7) ¿Los registros de su actividad económica lleva?

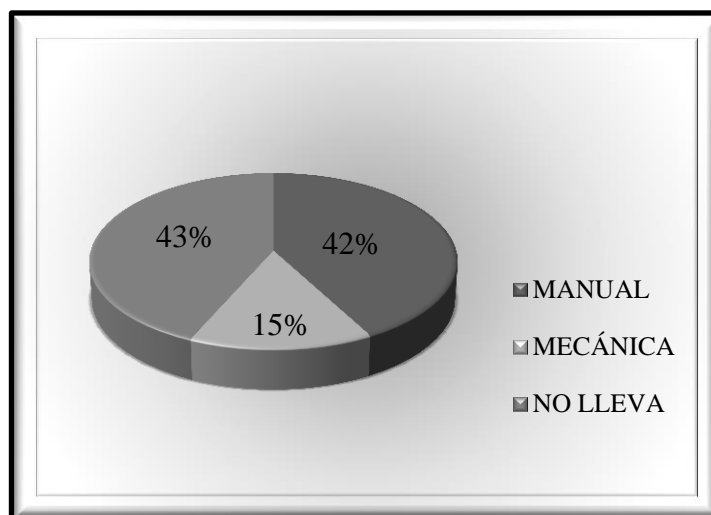
Cuadro 14
Registros de la actividad

ALTERNATIVAS	ENCUESTAS	%
MANUAL	101	42%
MECÁNICA	35	15%
NO LLEVA	104	43%
TOTAL	240	100%

FUENTE: Comerciantes y Negocios

ELABORADO POR: La Autora

Gráfico 11
Registros de la actividad



Del total de los encuestados, el 42% llevan los registros básicos de ingresos y gastos de sus actividades económicas, de forma manual, cumpliendo así los deberes formales como contribuyentes. Lo hacen manualmente por la falta de instrumentos mecánicos, desconocimiento en el manejo de los mismos y escases de presupuesto para adquirirlos. El 15% de los investigados llevan los registros de forma mecánica por medio de computadores, ya que es un instrumento que les brinda muchos beneficios. El 43% de personas en cambio no llevan los registros, porque piensan que no es necesario.

8) ¿Lleva la contabilidad de su actividad económica?

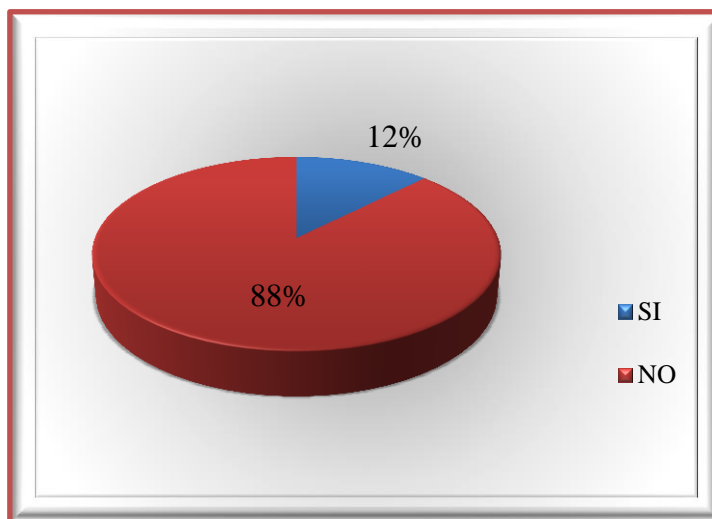
Cuadro 15
Contabilidad de la actividad

ALTERNATIVAS	ENCUESTAS	%
SI	30	12%
NO	210	88%
TOTAL	240	100%

FUENTE: Comerciantes y Negocios

ELABORADO POR: La Autora

Gráfico 12
Contabilidad de la actividad



El 88% de las personas encuestadas no llevan la contabilidad de sus actividades económicas, ya que frente al SRI son consideradas como personas naturales no obligadas a llevar contabilidad, son negocios muy pequeños y no cumplen los parámetros establecidos. Los registros que mantienen son para propósitos personales y conocer el funcionamiento de los negocios. El 12% de los investigados si llevan la contabilidad de sus actividades, debido a que son sociedades y personas naturales obligadas a llevar contabilidad, el cual es un deber frente al SRI.

9) ¿Qué tipo de problemas ha tenido en su actividad económica?

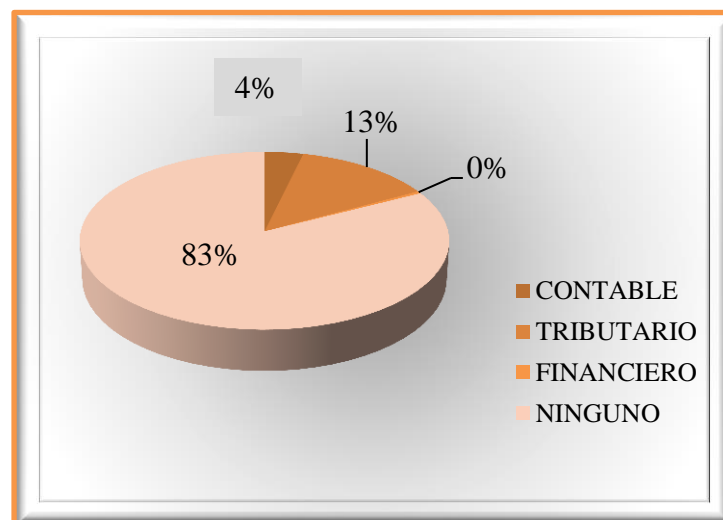
Cuadro 16
Problemas de la actividad

ALTERNATIVAS	ENCUESTAS	%
CONTABLE	9	4%
TRIBUTARIO	32	13%
FINANCIERO	1	0%
ADMINISTRATIVO	0	0%
NINGUNO	198	83%
TOTAL	240	100%

FUENTE: Comerciantes y Negocios

ELABORADO POR: La Autora

Gráfico 13
Problemas de la actividad



El 83% de los investigados no han tenido problemas de ninguna índole en sus actividades económicas, porque han buscado la ayuda necesaria para el manejo de sus negocios. Los problemas más frecuentes en el 13% de los encuestados son los tributarios debido al desconocimiento de las obligaciones como contribuyentes. Y el 4% han tenido problemas contables y financieros, por la falta de profesionalismo de los contratados para llevar la contabilidad.

10) ¿Considera importante contratar servicios de asesoría para el manejo de su actividad económica?

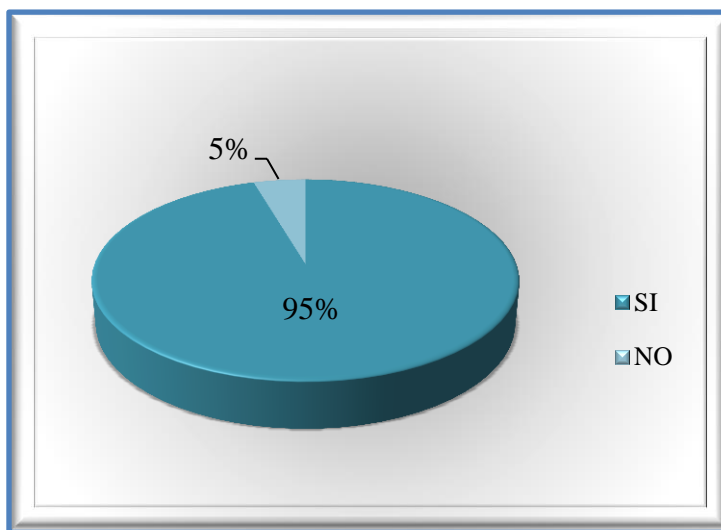
Cuadro 17
Importancia de la asesoría

ALTERNATIVAS	ENCUESTAS	%
SI	229	95%
NO	11	5%
TOTAL	240	100%

FUENTE: Comerciantes y Negocios

ELABORADO POR: La Autora

Gráfico 14
Importancia de la asesoría



El 95% de las personas encuestadas consideran que es importante contratar servicios de asesorías, porque: facilitan el manejo adecuado de sus actividades económicas, proporcionan información útil sobre el negocio para garantizar la toma de decisiones y capacitación en temas indispensables e innovadores. Un 5% de los encuestados en cambio piensan que no es importante la asesoría, ya que prefieren su manera rudimentaria y tradicional de gestionar las actividades, oponiéndose al cambio.

11) ¿Actualmente contrata servicios contables o tributarios para su actividad económica?

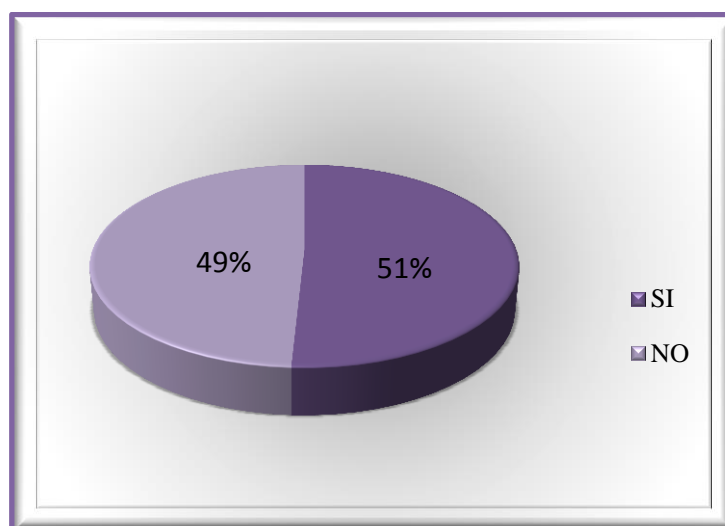
Cuadro 18
Contratación de asesoría

ALTERNATIVAS	ENCUESTAS	%
SI	122	51%
NO	118	49%
TOTAL	240	100%

FUENTE: Comerciantes y Negocios

ELABORADO POR: La Autora

Gráfico 15
Contratación de asesoría



El 51% de los encuestados actualmente si contratan servicios de asesoría contable y tributaria para el manejo de sus actividades económicas, pero la mayoría de los servicios que reciben, no son prestados por profesionales de la localidad, lo que hace, que las personas acudan a fuentes externas, principalmente de la ciudad de Ibarra, generando mayor inversión en tiempo y dinero. El 49% de las personas no contratan ningún tipo de asesoría, debido a que no ven la necesidad de adquirirla, porque tienen familiares profesionales quienes les ofrecen ayuda y por desconfianza a una persona ajena.

12) ¿Conoce la existencia de empresas o profesionales que brinden servicios contables o tributarios en la ciudad de Pimampiro?

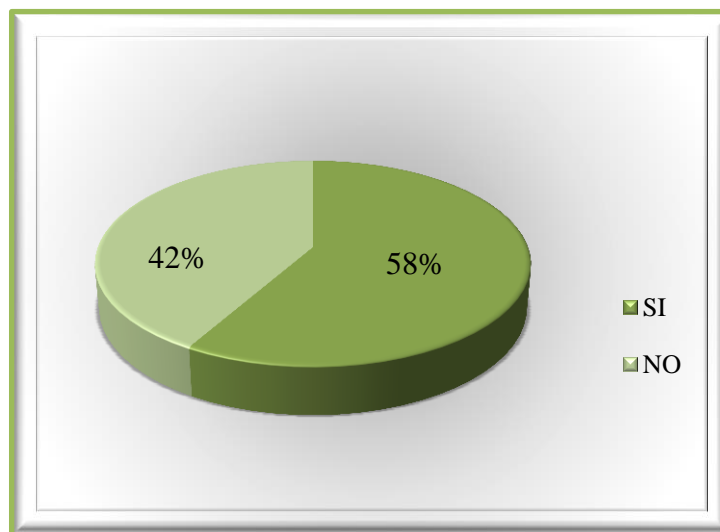
Cuadro 19
Existencia de consultorías

ALTERNATIVAS	ENCUESTAS	%
SI	140	58%
NO	100	42%
TOTAL	240	100%

FUENTE: Comerciantes y Negocios

ELABORADO POR: La Autora

Gráfico 16
Existencia de consultorías



El 58% de los encuestados conocen la existencia de profesionales que prestan servicios de asesoría contable y tributaria en la ciudad de Pimampiro. El 42% de las personas desconocen de la existencia de profesionales. Es importante aclarar que en Pimampiro hay la presencia de un número reducido de profesionales contables, los cuales prestan sus servicios desde su domicilio por no tener un lugar exclusivo como una oficina, muchos de ellos dedicados a trabajos públicos.

13) ¿Qué factores tomaría en cuenta para contratar éstos servicios?

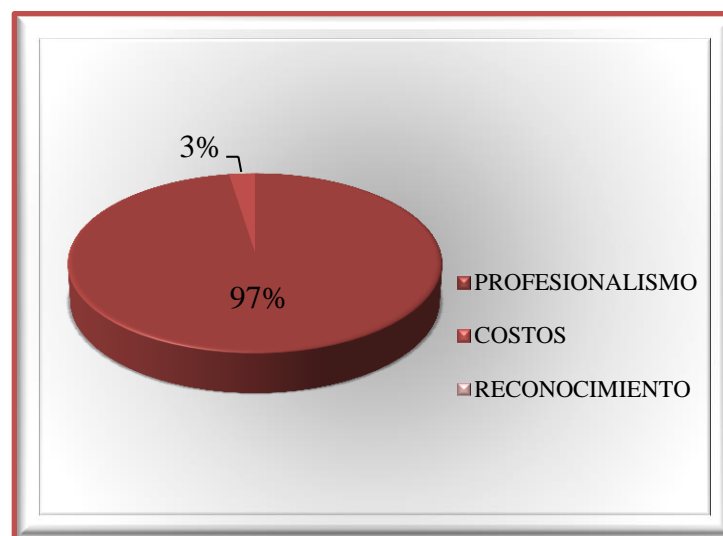
Cuadro 20
Factores del servicio

ALTERNATIVAS	ENCUESTAS	%
PROFESIONALISMO	234	97%
COSTOS	6	3%
RECONOCIMIENTO	0	0%
TOTAL	240	100%

FUENTE: Comerciantes y Negocios

ELABORADO POR: La Autora

Gráfico 17
Factores del servicio



El 97% de los investigados consideran que el factor más importante que deberían tomar para adquirir servicios de asesoría es el profesionalismo, ya prefieren pagar un poco más por un trabajo bien hecho, que les de garantía y seguridad, dejando en segundo plano el factor de costos y reconocimiento para adquirir los servicios.

14) ¿Estaría de acuerdo que en la ciudad de Pimampiro se implante una empresa que brinde servicios de asesoría contable y tributaria a domicilio?

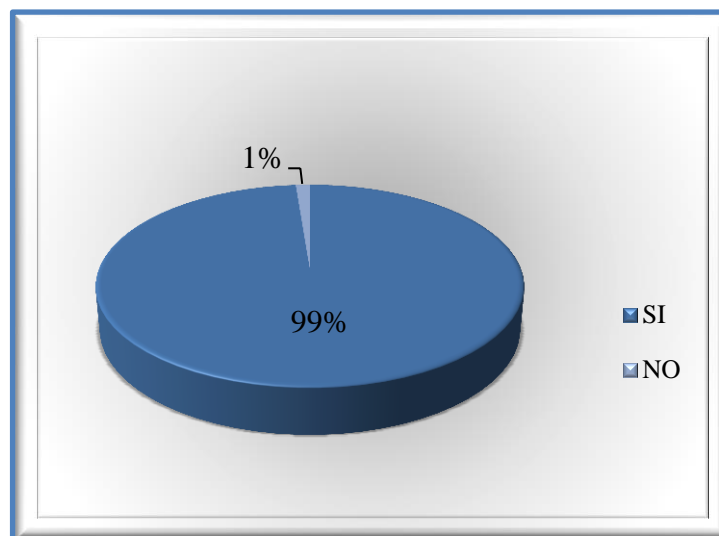
Cuadro 21
Implantación de una consultoría

ALTERNATIVAS	ENCUESTAS	%
SI	237	99%
NO	3	1%
TOTAL	240	100%

FUENTE: Comerciantes y Negocios

ELABORADO POR: La Autora

Gráfico 18
Implantación de consultoría



El 99% de los encuestados están de acuerdo que en la ciudad de Pimampiro se implante una empresa de asesoramiento contable y tributario a domicilio, ya que no existe ninguna empresa o microempresa que brinde estos servicios en la ciudad. Los encuestados piensan que sería una gran oportunidad el servicio a domicilio, ya que obtendrían mayores beneficios como: ahorro de tiempo, facilidad, comodidad y confianza.

15) ¿Qué presupuesto destinaría mensualmente para el pago de servicios contables y tributarios?

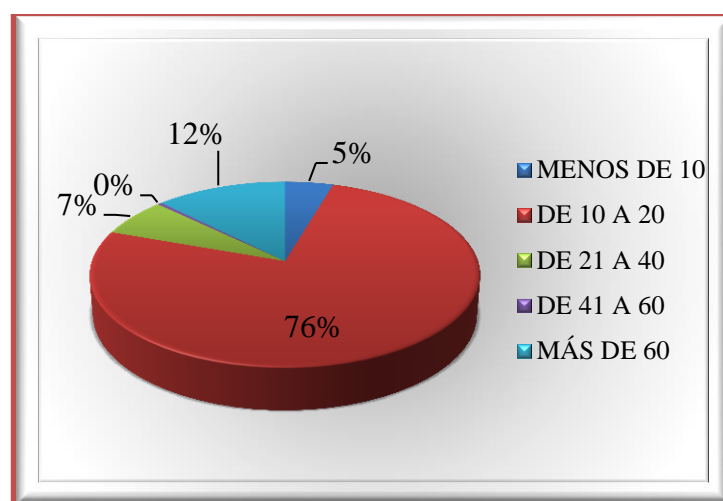
Cuadro 22
Presupuesto para la asesoría

ALTERNATIVAS	ENCUESTAS	%
MENOS DE 10	11	5%
DE 10 A 20	182	76%
DE 21 A 40	16	7%
DE 41 A 60	1	0%
MÁS DE 60	30	12%
TOTAL	240	100%

FUENTE: Comerciantes y Negocios

ELABORADO POR: La Autora

Gráfico 19
Presupuesto para la asesoría



El 76% de las personas encuestadas destinarían un presupuesto de entre 10 y 40 dólares para el pago de servicios de asesoría, ya que consideran un precio justo y accesible, reflejando que el principal servicio que adquieren es el tributario. El 5% asignaría hasta menos de 10 dólares para servicios de asesoría. Las personas que están obligadas a llevar contabilidad pagarían el costo que demande llevar la contabilidad y la contratación de servicios tributarios, ya que ellos se ven en la necesidad de contratar a contadores.

16) ¿Usted en un futuro piensa capacitarse en temas contables y tributarios, para no tener que pagar a nadie por servicios que recibe?

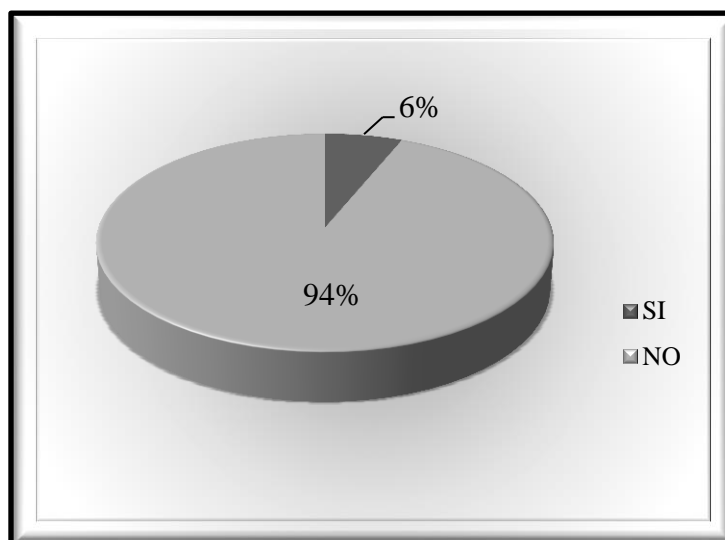
Cuadro 23
Experiencia del usuario

ALTERNATIVAS	ENCUESTAS	%
SI	15	6%
NO	225	94%
TOTAL	240	100%

FUENTE: Comerciantes y Negocios

ELABORADO POR: La Autora

Gráfico 20
Experiencia del usuario



El 94% de los investigados no piensan capacitarse en temas contables y tributarios, debido a la falta de tiempo por sus actividades económicas. El 6% en cambio piensa que es importante capacitarse en temas contables y tributarios para facilitar el manejo de sus negocios y ahorrarse el pago de los servicios que actualmente recibe.

3.9 Análisis de la demanda

Según la información obtenida en las encuestas, el 51% de los encuestados demandan servicios de asesoría, siendo el más demandado el servicio tributario.

3.9.1 Demanda histórica

Para determinar la demanda histórica se tomó como base el catastro del Municipio de Pimampiro, donde se refleja el dinamismo del sector empresarial en los años anteriores.

Cuadro 24
Demanda histórica

AÑO	Nº NEGOCIOS Y COMERCIANTES
2010	618
2011	624
2012	639

FUENTE: Catastro del Municipio de Pimampiro

ELABORADO POR: La Autora

3.9.2 Demanda real

El 51% de la población objeto de estudio representa la demanda real para el servicio, determinado a través de las encuestas realizadas, según la pregunta 11 que hace referencia a las personas que contratan actualmente los servicios de asesoría.

Cuadro 25
Demanda real

AÑO	DEMANDA TOTAL	DEMANDA REAL 51%
2012	639	326

FUENTE: Catastro del Municipio de Pimampiro

ELABORADO POR: La Autora

3.9.3 Demanda potencial

El objeto de este análisis es de estimar el comportamiento de la demanda futura a partir de la demanda actual, para lo cual se tomará la tasa de crecimiento por actividad económica según el INEC que es de 4,66% para el año 2012.

La proyección de la demanda se realizó para cinco años, como se muestra a continuación:

Cuadro 26
Demanda potencial

AÑO	Nº NEGOCIOS Y COMERCIANTES
2012	326
2013	341
2014	357
2015	374
2016	391
2017	409

ELABORADO POR: La Autora

3.10 Análisis de la oferta

En la Provincia de Imbabura existe un número limitado de consultorías que brinden servicios de asesoría contable y tributaria, sobre todo que logre satisfacer la demanda existente.

Las empresas asesoras existentes que no influyen directamente como competencia, son oficinas que brindan servicios referentes a aspectos generales en todas las ramas económicas, no así oficinas específicas dedicadas a un sector en particular.

La oferta de los servicios de asesoría contable y tributaria en la ciudad de Pimampiro es bastante escasa, lo que hace, que las personas acudan a fuentes

externas, principalmente de la ciudad de Ibarra, generando mayor inversión en tiempo y dinero.

3.10.1 Oferta real

Para este estudio se considera como oferta real a 44 oficinas que ofrecen servicios de asesoría a nivel de la Provincia de Imbabura.

Cuadro 27
Oferta real

AÑO	CONSULTORÍAS
2012	44

FUENTE: Catastro Municipio Ibarra – Pimampiro

ELABORADO POR: La Autora

A continuación se presenta un listado de las oficinas y personas que ofertan el servicio dentro y fuera de la localidad:

Cuadro 28
Personas que ofertan el servicio

Nº	NOMBRE	DIRECCIÓN
1	Contadora Calderón Calixto Verónica	Pimampiro
2	Asesoría Legal	Pimampiro
3	Contadora Pulles Mercedes	Pimampiro
4	Asesoría Jurídica	Pimampiro
5	Negocios y Servicios	Ibarra
6	Actividades de Asesoramiento Fiscal	Ibarra
7	Actividades de Contabilidad	Ibarra
8	Actividades de Enseñanza	Ibarra
9	Asecontri Asesoría Contable	Ibarra
10	Asesoramiento	Ibarra
11	Asesoramiento Contable	Ibarra
12	Asesoramiento Contable	Ibarra
13	Asesoramiento J&J Asesores	Ibarra
14	Asesoramiento Contable y Tributario	Ibarra
15	Asesoría Contable	Ibarra

16	Asesoría Contable	Ibarra
18	Asesoría Contable Tributaria	Ibarra
19	Asesoría Contable	Ibarra
20	Capacitación, Asesoramiento, Consultoría	Ibarra
21	Capacitaciones	Ibarra
22	Consultor – economista	Ibarra
23	Consultoría Ingeniería	Ibarra
24	Contador	Ibarra
25	Contador	Ibarra
26	Contadora	Ibarra
27	Contadora	Ibarra
28	Contadora	Ibarra
29	Dr. Contabilidad Auditoría	Ibarra
30	Ing. Contabilidad y Auditoría CPA	Ibarra
31	Servicios Profesionales Asesoría Contable	Ibarra
32	Servicios Profesionales Dra. Contabilidad	Ibarra
33	Servicio Profesional CPA	Ibarra
34	Servicios Profesionales	Ibarra
35	Servicios de Contabilidad	Ibarra
36	Servicios Profesionales Dr. Contabilidad Auditoria	Ibarra
37	Servicios Profesionales Ing. Contabilidad	Ibarra
38	Servicios Profesionales Lic. Contabilidad Computación	Ibarra
39	Servicios Profesionales Contabilidad	Ibarra
40	Servicios Profesionales (asesoramiento tesis)	Ibarra
41	Servicios Profesionales Contabilidad	Ibarra
42	Servicios Profesionales Contador	Ibarra
43	Servicios Profesionales Contador	Ibarra
44	Servicios Profesionales Dr. Contador	Ibarra

FUENTE: Catastro Municipio Pimampiro – Superintendencia de Compañías

ELABORADO POR: La Autora

3.10.2 Oferta potencial

La oferta se proyectará para cinco años, tomando en cuenta el índice de crecimiento por actividad económica según el INEC que es de 4,66% para el año 2012.

Cuadro 29
Oferta potencial

AÑO	Nº OFICINAS OFERTANTES
2012	44
2013	46
2014	48
2015	50
2016	53
2017	55

ELABORADO POR: La Autora

3.11 Demanda insatisfecha

Luego de haber analizado las principales variables que tiene el estudio de mercado se muestra el siguiente balance de oferta/demanda; logrando así establecer la demanda insatisfecha del servicio de asesoría en la ciudad de Pimampiro.

Cuadro 30
Balance demanda - oferta

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	OFERTA POTENCIAL	DEMANDA INSATISFECHA
2012	326	44	282
2013	341	46	295
2014	357	48	309
2105	374	50	323
2106	391	53	338
2017	409	55	354

ELABORADO POR: La Autora

Con los datos mostrados en el cuadro anterior podemos observar que a nivel provincial existe demanda insatisfecha, en cuanto se refiere a la prestación de los servicios de asesoría contable y tributaria; es decir que la oferta no abastece la necesidad que tiene los consumidores potenciales.

3.12 Análisis de la competencia

En el análisis de la oferta se reflejó la existencia de 44 oficinas y personas que ofrecen servicios de asesoría contable y tributaria, constituyendo estas, la principal competencia del Centro de asesoramiento. En la ciudad de Pimampiro existe una oficina que ofrece servicios contables y la presencia de profesionales contables es muy reducida, los cuales prestan sus servicios desde su domicilio por no tener un lugar exclusivo como una oficina, muchos de ellos dedicados a trabajos públicos.

Además las Firmas Auditoras que existen a nivel provincial no constituyen la competencia, ya que orientan los servicios a empresas grandes legalmente constituidas; y el alcance del Centro de asesoramiento son los pequeños negocios formales e informales.

Se considera que la competencia representa una oportunidad para el Centro de asesoramiento, ya que obliga a mejorar los servicios colocados en el mercado. Si no tuviese competencia alguna, a la larga, causaría una atrofia a la empresa para investigar y mejorar la calidad de los servicios.

3.13 Análisis de la comercialización del servicio

Un objetivo de comercialización en el cual se enfoca el Centro de asesoramiento, es introducir los servicios de asesoría en el segmento seleccionado, logrando ubicar la marca entre las más reconocidas a nivel de la Provincia.

Para éste estudio se tomó en cuenta estrategias de comercialización, con las cuales se pretende llegar al público meta, logrando satisfacer las necesidades de los consumidores potenciales.

3.13.1 Marketing estratégico

El marketing estratégico expone las estrategias para cada uno de los componentes del mix: producto, precio, plaza y promoción.

3.13.1.1 Producto

Los servicios que se ofrecerán a los consumidores potenciales son: asesoría contable y tributaria, cabe destacar que en el futuro el Centro ampliará los servicios ofertados, acorde a las necesidades de los consumidores.

La estrategia de producto es ofertar servicios de asesoría contable-tributaria, personalizados, garantizados y de fácil acceso. Los clientes recibirán el servicio en el momento que lo requieran.

Al ser un servicio que no existe en la ciudad representa una ventaja, ya que será más fácil lograr el posicionamiento en el mercado.

Cuadro 31
Descripción de los servicios

ÁREA	SERVICIOS
Contable	<ul style="list-style-type: none">- Sistema contable<ul style="list-style-type: none">o Registro y proceso contable- Capacitación
Tributaria	<ul style="list-style-type: none">- Declaración de impuestos- Anexos- Trámites legales- Consultas fiscales- Capacitaciones

ELABORADO POR: La Autora

- Características del servicio de asesoría

El servicio de asesoría será personalizado, es decir que los clientes recibirán el servicio a domicilio, brindándoles: comodidad, facilidad y ahorro de tiempo y dinero.

El Centro de asesoramiento pretende:

- ✓ Ofertar servicios de asesoría contable-tributaria personalizada de calidad, que satisfagan las necesidades de los demandantes.
- ✓ Presentar información contable-tributaria de acuerdo a la normativa vigente, en el tiempo y oportunidad en que soliciten los clientes y los respectivos organismos de control.
- ✓ Mantener buenas relaciones con los clientes y el Fisco a través del cumplimiento de obligaciones.
- ✓ Realizar capacitaciones contables-tributarias periódicas, con el objeto de complementar el servicio de asesoría.
- ✓ Informar a los propietarios sobre la situación actual de las actividades económicas.

- **Marca del servicio**

El nombre asignado al Centro de asesoramiento es CONTRI-CENTER E.U.R.L., mismo que representa la marca del servicio:

Gráfico 21
Marca del servicio



ELABORADO POR: La Autora

3.13.1.2 Precio

La estrategia de precio de los servicios de asesoría que se pretenden ofertar, es determinarlos considerando la opinión de los encuestados. Los precios de los servicios son accesibles para los clientes y representan el único elemento del marketing que proporciona ingresos, por lo tanto es un determinante directo de beneficios.

Para la proyección del precio se considerará la tasa de inflación anual de 5% correspondiente al año 2012 según el Banco Central del Ecuador.

Cuadro 32
Proyección de precios

SERVICIOS	2012	2013	2014	2015	2016	2017
CONTABLES						
Sistema contable	200,00	210,00	220,50	231,53	243,10	255,26
Capacitaciones	100,00	105,00	110,25	115,76	121,55	127,63
TRIBUTARIOS						
Declaraciones mensuales	10,00	10,50	11,03	11,58	12,16	12,76
Declaraciones semestrales	15,00	15,75	16,54	17,36	18,23	19,14
Declaraciones anuales	25,00	26,25	27,56	28,94	30,39	31,91
Retenciones	5,00	5,25	5,51	5,79	6,08	6,38
Anexos	15,00	15,75	16,54	17,36	18,23	19,14
Consultas fiscales	6,00	6,30	6,62	6,95	7,29	7,66
Trámites legales	10,00	10,50	11,03	11,58	12,16	12,76
Capacitaciones	50,00	52,50	55,13	57,88	60,78	63,81

ELABORADO POR: La Autora

3.13.1.3 Plaza

La estrategia se concentra en el desarrollo de canales de comercialización a través de fuerza de venta especializada que siendo parte del equipo consultor pueda negociar y obtener la contratación. La distribución de los servicios será de manera directa, donde no participan intermediarios para la prestación.

CONTRI CENTER E.U.R.L



CLIENTES

El Centro de asesoramiento estará ubicado en un lugar estratégico, en la parte central de la ciudad, barrio San Pedro, Parque 24 de Mayo, donde se agrupan las principales instituciones públicas y privadas.

3.13.1.4 Promoción

La estrategia de promoción se fundamenta en el diseño de una campaña publicitaria orientada al segmento de pequeñas empresas. Los medios de publicidad a utilizarse son:

- ✓ Radio local NEXO
- ✓ Perifoneo local
- ✓ Hojas volantes

El diseño de la nota publicitaria para radio se presenta a continuación:

Cuadro 33 **Publicidad para radio**

Lo nuevo en asesoramiento contable y tributario que se identifica con el éxito de su empresa es, **CONTRICENTER E.U.R.L.**, protección total de su economía.....

CONTRICENTER E.U.R.L., un centro de asesoramiento contable y tributario a domicilio, ofrece un servicio profesional inmediato en: registro y procesos contables, declaración de impuestos, gestión de las principales obligaciones del contribuyente, trámites legales y capacitaciones.

CONTRICENTER E.U.R.L., una empresa especializada para servirle mejor, estamos ubicados en el Parque 24 de Mayo, frente al Municipio en la ciudad de Pimampiro, mayores informes al teléfono: 2673-011.

ELABORADO POR: La Autora

El diseño de la nota publicitaria para perifoneo y hoja volante se presenta a continuación:

Gráfico 22
Publicidad para perifoneo y hoja volante



ELABORADO POR: La Autora

3.14 Conclusiones del estudio de mercado

- En base al estudio de mercado realizado se puede concluir que en la ciudad de Pimampiro es necesaria la implementación de una empresa que preste servicios personalizados de asesoría contable y tributaria, ya que no existe ninguna institución que brinde estos servicios y además se cuenta con la aceptación del 99% de los encuestados.
- Se determinó una demanda insatisfecha, siendo para el año 2012, 282 negocios y comerciantes, la cual representa una oportunidad para el Centro de asesoramiento, siendo ésta la principal justificación de su implantación y viabilidad.
- 326 negocios y comerciantes contratan servicios de asesoría para sus actividades económicas, pero la mayoría no lo reciben por profesionales de la localidad; los demandantes acuden por los servicios a otras ciudades, principalmente a Ibarra, generando mayor inversión en tiempo y dinero.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1 Tamaño del proyecto

La empresa está en capacidad de brindar asesoría contable y tributaria a domicilio, con experiencia y profesionalismo en el desarrollo del trabajo, complementando con la voluntad de salvaguardar los recursos de los negocios de la Ciudad de Pimampiro.

La disponibilidad de recursos es otro factor que condiciona el tamaño del proyecto, los cuales se encuentran en parámetros aceptables y alcanzables, puesto que la inversión total del proyecto se cubrirá con recursos propios y financiados.

El tamaño del proyecto determina la capacidad de producir el servicio de asesoría y la capacidad de atender a cierto número de clientes durante un periodo de tiempo. El cálculo de la capacidad instalada se realizó tomado como base la demanda insatisfecha en el año 2012 que es 282 negocios y comerciantes, de los cuales la empresa proyecta satisfacer el 42% del valor potencial en el primer año, con un crecimiento del 10% en los 3 años siguientes.

Cuadro 34
Capacidad instalada

AÑO	Nº CLIENTES CAPTADOS
2012	118
2013	130
2014	143
2015	158
2016	158
2017	158

ELABORADO POR: La Autora

4.2 Localización del proyecto

Para determinar la localización del centro de asesoramiento, se realizó un análisis macro y micro, con el fin de seleccionar la opción más favorable con las mejores condiciones.

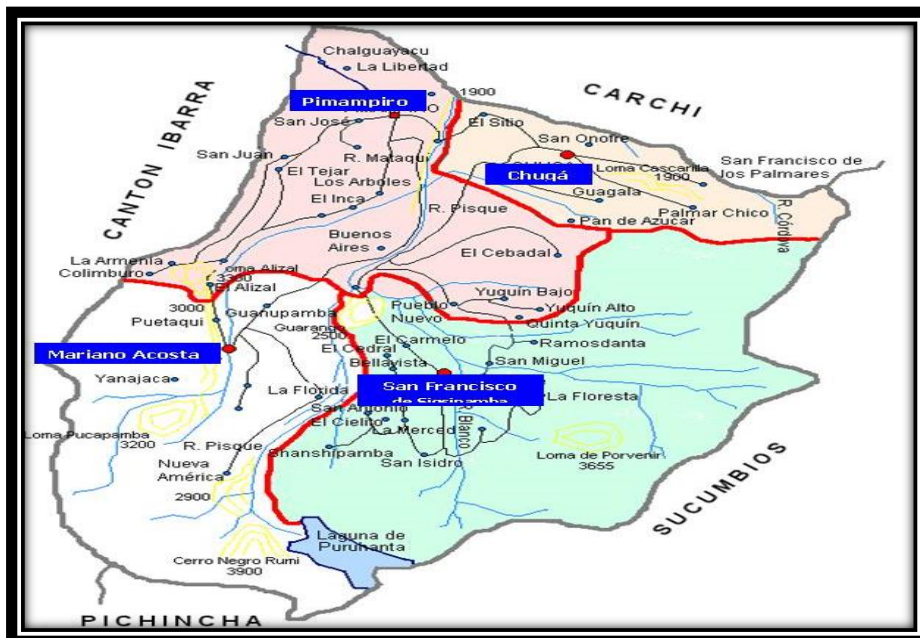
4.2.1 Macrolocalización

Dentro del análisis macro localización del Centro de asesoramiento se ha considerado las siguientes determinaciones:

- Región: Sierra
- Provincia: Imbabura
- Cantón: Pimampiro
- Ciudad: Pimampiro

El Cantón Pimampiro se ubica a 52 kilómetros al noroeste de Ibarra, la capital provincial y a 283 kilómetros de Quito, la capital del país.

Gráfico 23
Mapa del cantón Pimampiro macrolocalización



FUENTE: Municipio de Pimampiro

ELABORADO POR: La Autora

Se considera a esta ciudad ya que presenta condiciones favorables para iniciar esta actividad productiva, la misma que permitirá el crecimiento del sector comercial pimampireño y al estar relacionado con el área contable y tributaria, tiende a fortalecer sus actividades, a optimizar sus recursos e incrementar la productividad de sus operaciones.

4.2.2 Microlocalización

El Centro de asesoramiento se instalará, en el barrio San Pedro, Parque 24 de Mayo en la calle Flores, frente al Municipio, en la propiedad del sr. Carlos Terán, sector donde se agrupan las principales instituciones públicas y privadas.

Gráfico 24
Mapa del cantón Pimampiro microlocalización



FUENTE: Municipio de Pimampiro

ELABORADO POR: La Autora

Para elegir la ubicación se ha tomado cuatro sitios referenciales de la ciudad, mismos que son evaluados a través de diversos factores. La escala de evaluación va desde 1 a 10 siendo 1 el valor más bajo y 10 el más alto.

Sitio A: Parque 24 de mayo

Sitio B: Parque la independencia

Sitio C: Mercado 10 de agosto

Sitio D: Polideportivo

Cuadro 35
Matriz de localización








FACTORES	LUGARES				
	PONDERACIÓN	A	B	C	D
Vías de acceso	3%	6	6	6	6
Costos de arrendamiento	10%	4	4	4	4
Actitud de la comunidad	6%	9	7	8	7
Disponibilidad de locales	10%	5	3	5	3
Disponibilidad de servicios básicos	10%	9	9	9	9
Cercanía al centro de la ciudad	20%	10	5	9	7
Seguridad	10%	7	5	7	6
Ubicación comercial	20%	10	3	10	4
Zonas pobladas	8%	7	6	7	6
Transporte	3%	3	3	3	3
TOTAL	100%	70	51	68	55

ELABORADO POR: La Autora

4.3 Ingeniería del proyecto

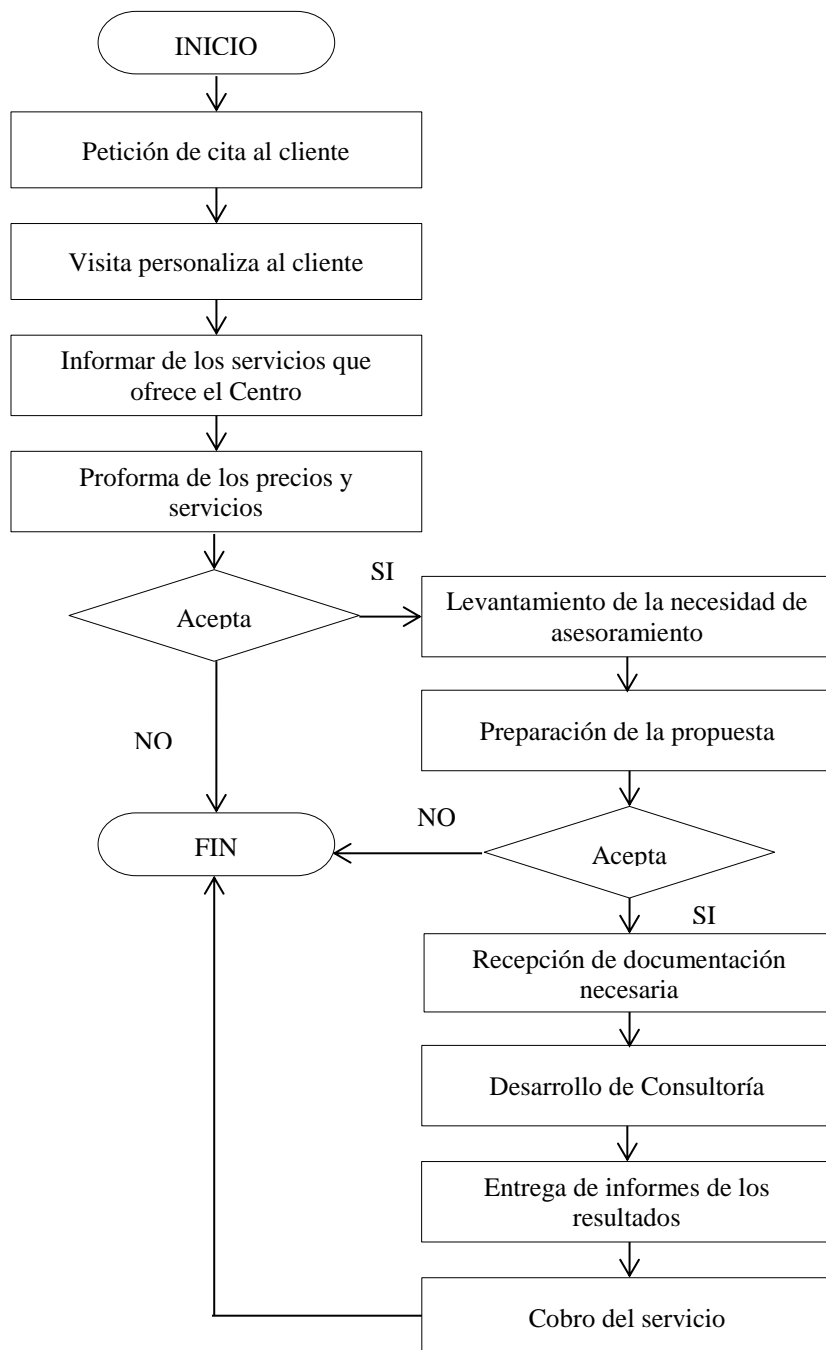
4.3.1 Diagrama de procesos

Es una representación gráfica de las diferentes actividades que se utilizará de forma coordinada para cumplir con el proceso de entrega del servicio de asesoría.

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Proceso
	Transporte
	Espera
	Decisión
	Archivo o documentación
	Documento
	Inicio - Fin

4.3.2 Diagrama de procesos del servicio de asesoría

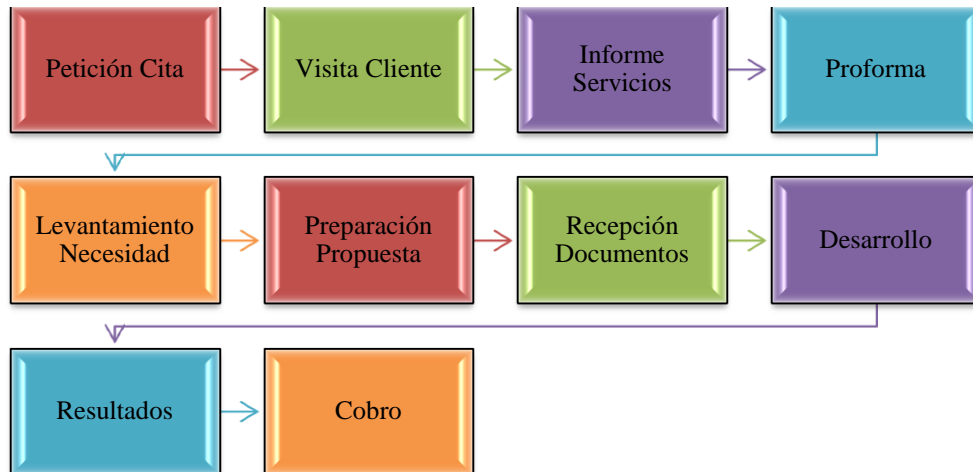
Gráfico 25
Proceso para la adquisición del servicio



ELABORADO POR: La Autora

4.3.3 Cadena de valor del servicio

Gráfico 26
Cadena de valor del servicio



ELABORADO POR: La Autora

4.3.4 Diseño de instalaciones

El diseño del Centro de asesoramiento va acorde con los procesos para la prestación del servicio de asesoría, determinando un espacio para las áreas de gerencia, consultoría, atención al cliente, archivo y baño.

Cuadro 36
Distribución del centro de asesoramiento

ÁREAS	m ²
Gerencia	7
Área de Consultoría	9
Atención al Cliente	6
Área de Capacitaciones	9
Baño	5
Archivo	4
TOTAL	40

ELABORADO POR: La Autora

Gráfico 27
Plano de las instalaciones



ELABORADO POR: Arq. Fidel Arciniega

4.3.5 Tecnología

El Centro de asesoramiento con el objeto de brindar servicios garantizados y de calidad, va emplear equipos actualizados y de última tecnología. A continuación se presenta imágenes de los equipos a utilizar, para la prestación del servicio de asesoría.

- Maquinaria y equipo

Gráfico 28
Equipo de computación



FUENTE: Proveedores

Gráfico 29
Equipo de oficina



FUENTE: Proveedores

4.3.6 Talento humano

El talento humano indispensable para la puesta en marcha del Centro es:

Cuadro 37
Talento humano
Expresado en Usd. Dólares Americanos

PERSONAL	SUELDO	APORTE IESS 12,15%	13° SUELDO	14° SUELDO	TOTAL
1 Gerente - Propietario	900,00	109,35			1.009,35
2 Asesores	1.000,00	121,50	83,33	26,50	1.231,33
1 Secretaria	350,00	42,53	29,17	26,50	448,19
1 Auxiliar de limpieza	318,00	38,64	26,50	26,50	409,64
TOTAL	2.568,00	312,01	139,00	79,50	3.098,51

ELABORADO POR: La Autora

4.4 Presupuesto técnico

4.4.1 Inversión fija

4.4.1.1 Infraestructura física

La empresa se instalará en la planta baja de propiedad a usarse y cuenta con un área de 40m², por la que se cancelará un valor mensual por arrendamiento.

Cuadro 38
Edificio
Expresado en Usd. Dólares Americanos

DETALLE	CANTIDAD	V.UNITARIO	V. TOTAL
Instalaciones internas y externas (eléctricas, agua, diseño interiores)	1	400,00	400,00
TOTAL			400,00

FUENTE: Arq. Fidel Arciniega

ELABORADO POR: La Autora

4.4.1.2 Equipos de Computación

Los equipos de computación son la principal herramienta para ofrecer el servicio de asesoría, ya que todas las operaciones se realizarán mecánicamente.

Cuadro 39
Equipos de computación
Expresado en Usd. Dólares Americanos

DETALLE	CANTIDAD	V.UNITARIO	V. TOTAL
Equipos de Computación	4	700,00	2.800,00
Impresoras multifuncional	2	100,00	200,00
Flash memory	4	10,00	40,00
Cd's	30	0,25	7,50
Proyector de pantalla	1	60,00	60,00
TOTAL			3.107,50

FUENTE: Proveedores

ELABORADO POR: La Autora

4.4.1.3 Muebles y Equipos de Oficina

Para la prestación de los servicios de asesoría se requiere de un equipo básico de oficina, el cual se detalla a continuación:

Cuadro 40
Muebles y equipos de oficina
Expresado en Usd. Dólares Americanos

DETALLE	CANTIDAD	V.UNITARIO	V. TOTAL
Archivadores	3	40,00	120,00
Escritorios de oficina	5	50,00	250,00
Sillas de oficina	15	20,00	300,00
Muebles de oficina de espera	4	180,00	720,00
Mesa de reuniones	1	40,00	40,00
Calculadoras	3	20,00	60,00
Teléfonos, fax	3	25,00	75,00
Otros equipos de oficina	5	7,00	35,00
Pizarras	2	30,00	60,00
TOTAL			1.660,00

FUENTE: Proveedores

ELABORADO POR: La Autora

4.4.1.4 Suministros y Materiales de Oficina

Los suministros y materiales de oficina son instrumentos que facilitan la prestación de los servicios de asesoría. Serán considerados como activos fijos si su valor supera los 300,00 dólares, caso contrario serán cargados a gastos administrativos.

Cuadro 41
Materiales y suministros de oficina
Expresado en Usd. Dólares Americanos

DETALLE	CANTIDAD	V.UNITARIO	V. TOTAL
Resma de papel bond	5	4,00	20,00
Carpetas	200	0,50	100,00
Libros de Registro	10	5,00	50,00
Otros materiales de oficina	5	6,00	30,00
Vajilla	1	20,00	20,00
Cafeteras	2	20,00	40,00
Imprevistos			300,00
TOTAL			565,00

FUENTE: Proveedores

ELABORADO POR: La Autora

4.4.1.5 Resumen de la Inversión Fija

En el siguiente cuadro se representa la inversión fija del Centro de asesoramiento:

Cuadro 42
Inversión fija
Expresado en Usd. Dólares Americanos

DETALLE	V. TOTAL
Instalaciones Edificio	400,00
Equipos de Computación	3.107,50
Muebles y Equipos de Oficina	1.660,00
TOTAL	5.167,50

ELABORADO POR: La Autora

4.4.2 Inversión diferida

Cuadro 43
Inversión diferida
Expresado en Usd. Dólares Americanos

DETALLE	V. TOTAL
Garantía de Arrendamiento	200,00
Estudios y Diseños	200,00
Trámites de Constitución	100,00
Permisos de Funcionamiento	100,00
Licencias de Sistemas	1.000,00
TOTAL	1.600,00

FUENTE: Proveedores

ELABORADO POR: La Autora

4.4.3 Capital de trabajo

El capital de trabajo requerido para el inicio de las actividades del Centro de asesoramiento consta de la inversión diferida, gastos administrativos y de ventas los cuales se desglosan a continuación:

Cuadro 44
Capital de trabajo
Expresado en Usd. Dólares Americanos

DETALLE	V. MENSUAL
<u>Inversión Diferida</u>	1.600,00
<u>Gastos Administrativos</u>	
Sueldos	3.098,51
Arrendamiento	180,00
Mantenimiento y Servicios Básicos	200,00
Materiales y Suministros	565,00
<u>Gastos de Venta</u>	
Publicidad y Propaganda	180,00
TOTAL	5.823,51

ELABORADO POR: La Autora

4.4.4 Inversión total del proyecto

La inversión total que se necesita para la prestación del servicio de asesoría es la siguiente:

Cuadro 45
Inversión total
Expresado en Usd. Dólares Americanos

DETALLE	VALOR
Inversión Fija	5.167,50
Capital de Trabajo	5.823,51
TOTAL	10.991,01

ELABORADO POR: La Autora

4.4.5 Financiamiento

La inversión total del proyecto será financiada un 36% con recursos propios y el 64% con un crédito microempresarial otorgado por CODESARROLLO a una tasa de interés de 17,5% a tres años.

Cuadro 46
Financiamiento
Expresado en Usd. Dólares Americanos

DETALLE	MONTO	%
Capital Propio	3.991,01	36%
Crédito	7.000,00	64%
TOTAL	10.991,01	100%

ELABORADO POR: La Autora

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Presupuesto de ingresos

Los ingresos han sido estimados mediante la aplicación de una operación matemática, que es el precio de venta de los servicios, por la capacidad instalada. Para el incremento en los años siguientes, se toma en cuenta el 10% para el crecimiento económico de los negocios y 5% de inflación para los precios, correspondiente al año 2012 según datos del Banco Central. A continuación se detalla los ingresos proyectados para cada año:

Cuadro 47
Proyección de ingresos
Expresado en Usd. Dólares Americanos

SERVICIOS	2012	2013	2014	2015	2016	2017
CONTABLES						
Sistema contable	23.600,00	27.300,00	31.531,50	36.580,95	38.410,00	40.330,50
Capacitaciones	11.800,00	13.650,00	15.765,75	18.290,48	19.205,00	20.165,25
TRIBUTARIOS						
Declaraciones mensuales	1.180,00	1.365,00	1.576,58	1.829,05	1.920,50	2.016,52
Declaraciones semestrales	1.770,00	2.047,50	2.364,86	2.743,57	2.880,75	3.024,79
Declaraciones anuales	2.950,00	3.412,50	3.941,44	4.572,62	4.801,25	5.041,31
Retenciones en la fuente	590,00	682,50	788,29	914,52	960,25	1.008,26
Anexos	1.770,00	2.047,50	2.364,86	2.743,57	2.880,75	3.024,79
Consultas fiscales	708,00	819,00	945,95	1.097,43	1.152,30	1.209,91
Trámites legales	1.180,00	1.365,00	1.576,58	1.829,05	1.920,50	2.016,52
Capacitaciones	5.900,00	6.825,00	7.882,88	9.145,24	9.602,50	10.082,62
TOTALES	51.448,00	59.514,00	68.738,67	79.746,47	83.733,79	87.920,48

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: La Autora

5.2 Presupuesto de egresos

En el siguiente cuadro se presenta la estimación de gastos. Las proyecciones se han realizado en función de la tasa de inflación anual del 5% al año 2012.

Cuadro 48
Proyección de egresos
Expresado en Usd. Dólares Americanos

SERVICIOS	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Gastos Administrativos	44.425,84	57.224,67	60.037,80	62.815,19	65.731,45	68.793,53
Sueldos	39.300,84	49.001,69	53.083,68	55.513,36	58.064,53	60.743,25
Arrendamiento	2.160,00	2.268,00	2.381,40	2.500,47	2.625,49	2.756,77
Gasto Depre. Activos		1.241,73	1.303,82	1.369,01	1.437,46	1.509,33
Mantenimiento y Ser. Bás.	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22	3.063,08
Materiales y Suministros	565,00	593,25	622,91	654,06	686,76	721,10
Gastos de Constitución		1.600,00				
Gastos Financieros		1.074,15	705,74	267,43		
Gasto Interés		1.074,15	705,74	267,43		
Gastos de Venta	2.160,00	2.268,00	2.381,40	2.500,47	2.625,49	2.756,77
Publicidad y Propaganda	2.160,00	2.268,00	2.381,40	2.500,47	2.625,49	2.756,77
TOTALES	46.585,84	60.566,82	63.124,95	65.583,10	68.356,95	71.550,30

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: La Autora

5.3 Estados financieros

5.3.1 Estado de situación financiera

Para el inicio de las actividades del Centro de asesoramiento se cuenta con el siguiente estado de situación financiera, el cual presenta la situación financiera y económica del proyecto:

Cuadro 49
Estado de situación financiera

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA EMPRESA CONTRI-CENTER AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012	
<i>Expresado en Usd. Dólares Americanos</i>	
ACTIVO	
ACTIVO CORRIENTE	5.823,51
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	5.823,51
ACTIVO NO CORRIENTE	5.167,50
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	5.167,50
Instalaciones	400,00
Equipos de Computación	3.107,50
Muebles y Equipos de Oficina	1.660,00
TOTAL ACTIVOS	<u>10.991,01</u>
PASIVO	
PASIVO CORRIENTE	7.000,00
OBLIGACIONES INST. FINANCIERAS	7.000,00
Préstamo a Corto Plazo	1.941,63
Préstamo a Largo Plazo	5.058,37
PATRIMONIO NETO	3.991,01
Capital	3.991,01
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	<u>10.991,01</u>

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: La Autora

5.3.2 Estado de resultados

El Estado de Resultados muestra la gestión del Centro de asesoramiento para obtener utilidades o pérdidas al término de un período económico.

Cuadro 50
Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
EMPRESA CONTRI-CENTER					
<i>Expresado en Usd. Dólares Americanos</i>					
	2013	2014	2015	2016	2017
INGRESOS	59.514,00	68.738,67	79.746,47	83.733,79	87.920,48
INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	59.514,00	68.738,67	79.746,47	83.733,79	87.920,48
Prestación de Servicios	59.514,00	68.738,67	79.746,47	83.733,79	87.920,48
GASTOS	60.566,82	63.124,95	65.583,10	68.356,95	71.550,30
GASTOS ADMINISTRATIVOS	57.224,67	60.037,80	62.815,19	65.731,45	68.793,53
Sueldos	49.001,69	53.083,68	55.513,36	58.064,53	60.743,25
Arrendamiento	2.268,00	2.381,40	2.500,47	2.625,49	2.756,77
Gasto Depre. Activos	1.241,73	1.303,82	1.369,01	1.437,46	1.509,33
Mantenimiento y Servicios Básicos	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22	3.063,08
Materiales y Suministros	593,25	622,91	654,06	686,76	721,10
Gastos de Constitución	1.600,00				
GASTOS DE VENTA	2.268,00	2.381,40	2.500,47	2.625,49	2.756,77
Publicidad y Propaganda	2.268,00	2.381,40	2.500,47	2.625,49	2.756,77
GASTOS FINANCIEROS	1.074,15	705,74	267,43		
Gasto Interés	1.074,15	705,74	267,43		
GANANCIA ANTES PART. LAB.	-1052,82	5.613,72	14.163,37	15.376,85	16.370,19
15% Participación Laboral	-157,92	-842,06	-2.124,51	-2.306,53	-2.455,53
GANANCIA ANTES DE IMP.	-894,90	6.455,78	12.038,87	13.070,32	13.914,66
22% Impuesto a la Renta	-196,88	-1.420,27	-2.648,55	-2.875,47	-3.061,23
UTILIDAD NETA PROYECTADA	-698,02	5.035,51	9.390,32	10.194,85	10.853,44

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: La Autora

5.4 Flujo de caja proyectado

El flujo de caja refleja las entradas y salidas de efectivo, derivadas de los ingresos y egresos proyectados. Constituye el circulante que tiene el Centro para seguir operando.

Cuadro 51
Flujo de caja proyectado
Expresado en Usd. Dólares Americanos

CUENTAS	2012	2013	2014	2015	2016	2017
INGRESOS						
Inversión Inicial	-10.991,01					
(=) Utilidad Neta		-698,02	5.035,51	9.390,32	10.194,85	10.853,44
Depreciación		1.241,73	1.303,82	1.369,01	1.437,46	1.509,33
Valor de Rescate						
TOTAL INGRESOS		543,71	6.339,33	10.759,32	11.632,31	12.362,77
EGRESOS						
Obligaciones Financieras		1.941,63	2.310,03	2.748,34		
TOTAL EGRESOS		1.941,63	2.310,03	2.748,34		
FLUJO DE CAJA	-10.991,01	-1.397,91	4.029,29	8.010,98	11.632,31	12.362,77

FUENTE: Estado de Resultados

ELABORADO POR: La Autora

5.5 Determinación del costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio.

El cálculo del costo de oportunidad se lo obtiene de acuerdo a la composición del capital del Centro de asesoramiento, para la inversión propia se aplicará la tasa pasiva referencial del Banco Central de 4,53% y para la inversión financiada la tasa activa referencial de 8,17% del año 2012.

Cuadro 52
Costo de oportunidad

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE	TASA PONDERADA	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	3.991,01	36%	4,53%	1,64
Inversión Financiada	7.000,00	64%	8,17%	5,20
INVERSION TOTAL	10.991,01	100%	12,70%	6,85

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: La Autora

Costo de Oportunidad = 6,85%

El costo de oportunidad o costo de capital nos indica que el proyecto deberá rendir un 6,85% en el caso de ser financiado con una tasa de interés del 8,17%.

TASA DE REDESCUENTO

$$\text{TRM} = (1 + C_k)(1 + i_f) - 1$$

$$\begin{aligned}\text{TRM} &= (1 + 0,0685)(1 + 0,05) - 1 \\ &= 0,121906708 \\ &= \mathbf{12,19\%}\end{aligned}$$

5.6 Evaluación financiera, Beneficio-costo, Periodo de recuperación de la inversión, cálculo del VAN, cálculo del TIR, Punto de equilibrio.

La evaluación financiera del proyecto se basa en la verificación y análisis de la información contenida en el estudio financiero, tiene como fin definir la mejor opción de inversión, a través de la aplicación de criterios de evaluación.

5.6.1 Beneficio-costo

Cuadro 53
Beneficio/costo

AÑO	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR 12,19%	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	543,71	1.941,63	0,891	484,63	1.730,66
2	6.339,33	2.310,03	0,794	5.036,57	1.835,31
3	10.759,32	2.748,34	0,708	7.619,43	1.946,29
4	11.632,31		0,631	7.342,59	
5	12.362,77		0,563	6.955,76	
TOTAL				27.438,99	5.512,26

FUENTE: Flujo de caja proyectado

ELABORADO POR: La Autora

$$\frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}} = \frac{27.438,99}{5.512,26}$$

$$\text{Beneficio / Costo} = 4,98$$

El análisis del beneficio coste indica que por cada dólar invertido en el proyecto se generan 4,98 dólares adicionales.

5.6.2 Tasa de Rendimiento de Beneficio/costo

Cuadro 54
Tasa de rendimiento de beneficio/costo

AÑO	INGRESOS	FACTOR 12,19%	INGRESOS ACTUALIZADOS
1	543,71	0,891	484,63
2	6.339,33	0,794	5.036,57
3	10.759,32	0,708	7.619,43
4	11.632,31	0,631	7.342,59
5	12.362,77	0,563	6.955,76
TOTAL			27.438,99

FUENTE: Flujo de caja proyectado

ELABORADO POR: La Autora

$$\frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Inversión Inicial}} = \frac{27.438,99}{10.991,01}$$

$$\text{TRB/C} = 2,50\%$$

5.6.3 Período de recuperación de la inversión

Cuadro 55
Periodo de recuperación de la inversión

AÑO	CAPITAL	FLUJO DE CAJA LIBRE	RECUPERACIÓN DE CAPITAL	TIEMPO
1	10.991,01	-1.397,91	-1.397,91	1 año
2		4.029,29	4.029,29	2 años
3		8.010,98	5.563,80	8 meses

FUENTE: Flujo de caja proyectado

ELABORADO POR: La Autora

El cuadro representa que el retorno de la inversión es en 2 años 8 meses.

5.6.4 Valor Actual Neto

Cuadro 56
Valor actual neto

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 12,19%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-10.991,01			-10.991,01
1		-1.397,91	0,89	-1.246,02
2		4.029,29	0,79	3.201,22
3		8.010,98	0,71	5.673,04
4		11.632,31	0,63	7.342,41
5		12.362,77	0,56	6.955,56
VAN				10.935,20

FUENTE: Flujo de caja proyectado

ELABORADO POR: La Autora

El valor actual neto del proyecto es de 10.935,20 dólares, valor positivo y mayor que cero, por lo tanto respalda la rentabilidad del proyecto.

5.6.5 Tasa Interna de Retorno

Cuadro 57
Tasa interna de retorno

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 12,19%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 35%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-10.991,01		-10.991,01		-10.991,01
1	-1.397,91	0,89	-1.246,02	0,74	-1035,49
2	4.029,29	0,79	3.201,22	0,55	2210,86
3	8.010,98	0,71	5.673,04	0,41	3256,00
4	11.632,31	0,63	7.342,41	0,30	3502,12
5	12.362,77	0,56	6.955,56	0,22	2757,06
VAN			10.935,20		-300,46

FUENTE: Flujo de caja proyectado

ELABORADO POR: La Autora

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{(VANTi - VANTs)}$$

$$12,19 + (35 - 12,19) \frac{10.935,20}{10.935,20 - (-300,46)}$$

$$35 \frac{10.935,20}{11.235,66}$$

$$TIR = 34 \%$$

La tasa interna de retorno del proyecto es 34%, valor que supera la tasa de descuento, por lo tanto es atractivo el proyecto, ya que posee condiciones conservadoras de rentabilidad.

5.6.6 Sensibilidad de la Tasa Interna de Retorno

Escenario 1: cuando las ventas se reducen en un 2% se obtienen los siguientes resultados

Cuadro 58
Sensibilidad escenario uno

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 12,19%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 25%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-10.991,01		-10.991,01		-10.991,01
1	-2.187,07	0,89	-1.949,43	0,80	-1749,66
2	1.804,21	0,79	1.433,44	0,64	1154,69
3	6.953,54	0,71	4.924,29	0,51	3560,21
4	10.522,00	0,63	6.641,74	0,41	4309,81
5	11.196,94	0,56	6.299,83	0,33	3669,01
VAN			6.358,84		-46,94

FUENTE: Flujo de caja proyectado

ELABORADO POR: La Autora

$$TIR = 24 \%$$

Reduciendo las ventas en un 2% el proyecto sigue siendo atractivo, ya que el TIR en estas condiciones es mayor a la tasa de rendimiento medio.

Escenario 2: cuando las ventas se reducen en un 7% se obtienen los siguientes resultados.

Cuadro 59
Sensibilidad escenario dos

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 12,19%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 7%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-10.991,01		-10.991,01		-10.991,01
1	-4.159,96	0,89	-3.707,96	0,93	-3887,81
2	-474,48	0,79	-376,97	0,87	-414,43
3	4.309,95	0,71	3.052,18	0,82	3518,20
4	7.746,22	0,63	4.889,60	0,76	5909,56
5	8.282,38	0,56	4.659,98	0,71	5905,22
VAN			-2.474,19		39,72

FUENTE: Flujo de caja proyectado

ELABORADO POR: La Autora

TIR = 6%

Reduciendo las ventas en un 7% se observa que el proyecto es muy sensible ya que el TIR es menor a la tasa de rendimiento medio y en estas condiciones es muy riesgoso aceptar el proyecto.

5.6.7 Punto de equilibrio

Ventas	59.514,00
Costos Fijos	59.973,57
Gastos administrativos	56.631,42
Gastos de venta	2.268,00
Gastos financieros	1.074,15
Costos variables	593,25
Materiales y suministros	593,25

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

$$PE = \frac{59.973,57}{0,990031757}$$

$$PE = \mathbf{60.577,42}$$

En el periodo de un año económico es necesario prestar los servicios personalizados con un valor de 60.577,42 dólares, para poder cubrir todos sus costos y gastos que genera la empresa.

5.6.8 Resumen de la evaluación financiera

Cuadro 60
Resumen de la evaluación

EVALUACIÓN FINANCIERA	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM =		12,19%	
VAN =	VAN > 0	10.935,20	Aceptable
TIR =	TIR > TRM	34%	Aceptable
Sensibilidad -2% ventas	TIR > TRM	24%	Aceptable
Sensibilidad -7% ventas	TIR < TRM	6%	No Aceptable
PRI =		2,8	Años muy bueno
B/C =	B/C > 1	4,98	Aceptable
TRB/C =		2,50%	Aceptable
Punto de Equilibrio		60.577,42	Aceptable

FUENTE: Cuadro N° 56, 57, 58, 59

ELABORADO POR: La Autora

5.6.9 Conclusión del estudio financiero

La evaluación financiera se realizó con el objeto de comparar cifras monetarias en períodos diferentes, al asignarle valor al dinero a través del tiempo para llegar a determinar la validez o rechazo del proyecto con resultados favorables y rentables económicamente; recuperando la inversión dentro de su vida útil.

El análisis del beneficio/costo indica que por cada dólar invertido en el proyecto se generan 4,98 dólares adicionales. Se observa un VAN de \$ 10.935,20; valor positivo y mayor que cero, por lo tanto respalda la rentabilidad del proyecto. El TIR del proyecto devuelve una rentabilidad del 34% durante el horizonte de vida útil del mismo, índice que convierte al proyecto en recomendable por ser mayor que el TRM en 12,19%, cuya inversión será recuperada en el tiempo de 2 años 8 meses.

Reduciendo las ventas en un 2% el proyecto sigue siendo atractivo, ya que el TIR en estas condiciones es mayor a la tasa de rendimiento medio, si se reducen las ventas en un 7% se observa que el proyecto es muy sensible ya que el TIR es menor a la tasa de rendimiento medio y en estas condiciones es muy riesgoso aceptar el proyecto.

CAPÍTULO VI

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

6.1 La Empresa

6.1.1 Nombre o razón social

El nombre asignado para la empresa es CONTRI-CENTER E.U.R.L., mismo que se inscribirá en el Registro de la Propiedad a fin de convertirlo en marca patentada; para ello se tomó en cuenta la originalidad, claridad, simpleza, atractivo y reflejo del nombre para su impacto en el medio comercial.

6.1.2 Marco legal

El centro de asesoramiento se constituirá como Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada.

➤ Según su finalidad

- Privada cuyo capital es propio.

➤ Según su actividad

- De Servicio que tiene la finalidad de satisfacer alguna necesidad de los consumidores, a través de acciones intangibles.

➤ Según su tamaño

- Microempresa conformada por menos de 10 colaboradores.

➤ Según su constitución legal

- Unipersonal de Responsabilidad Limitada formada con capital de una sola persona.

6.1.3 Requisitos de funcionamiento

Para que la empresa pueda operar debe cumplir los siguientes requisitos legales:

➤ **Registro Único de Contribuyentes**

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

- Formulario RUC 01 A y RUC 01 B, debidamente firmados por el representante legal.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la cédula de identidad, ciudadanía o pasaporte del representante legal. Original del certificado de votación.
- Original y copia de la planilla de servicios básicos (luz, agua o teléfono). Debe constar el nombre de la sociedad o representante legal correspondiente a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción; u
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial, puede corresponder al del año actual, o del inmediatamente anterior; u
- Original y copia del contrato de arrendamiento vigente a la fecha de inscripción.

➤ **Patente municipal**

Es un comprobante de pago emitido por la Administración zonal correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patentes municipales que se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial y opere en el sector. Los requisitos necesarios para obtener esta patente son:

- Estar la empresa en funcionamiento.
- Copia de la cédula de ciudadanía del propietario.
- Copia del RUC.

- Nombre del propietario del inmueble donde funcionará la empresa (en caso de ser arrendado).
- Inspección de un funcionario municipal.
- Pago del valor de la patente.

➤ **Inscripción en la Cámara de Comercio**

Para inscribirse en la Cámara de Comercio de Ibarra, son necesarios los siguientes requisitos:

- Copia del RUC.
- Copia de la cédula de ciudadanía.
- Certificado de honorabilidad.
- Declaración jurada del capital invertido.
- Tres fotografías tamaño carnet.
- Pago mensual de la cuota de afiliación.

6.2 Bases filosóficas

6.2.1 Misión

CONTRI-CENTER E.U.R.L, es una empresa dedicada a brindar servicios de asesoría contable y tributaria personalizados, con alto grado de profesionalismo, calidad y garantía, mediante la utilización eficiente de nuestros recursos; con el objeto de orientar y direccionar las actividades comerciales de los clientes, contribuyendo así, con su desarrollo y cumplimiento de metas establecidas.

6.2.2 Visión

En los próximos 5 años CONTRI-CENTER E.U.R.L., se posicionará en el mercado provincial, como una de las mejores empresas consultoras de alto prestigio, brindando servicios de calidad y respondiendo a las exigencias de los clientes.

6.2.3 Objetivos de la empresa

- ✓ Brindar servicios contables y tributarios personalizados de excelente calidad, que satisfagan los requerimientos de los clientes.
- ✓ Orientar y direccionar las actividades comerciales de los clientes.
- ✓ Alcanzar niveles de excelencia en la calidad y prontitud con que se atiende al cliente.
- ✓ Contribuir al desarrollo del sector comercial y empresarial del Cantón Pimampiro.
- ✓ Lograr posicionamiento y fidelización de los clientes.

6.2.4 Políticas Institucionales

La empresa para poder cumplir con sus metas y objetivos contará con ciertas políticas institucionales:

- ✓ Lo más importante es lograr la satisfacción de los clientes, a través de la prestación de un servicio de calidad.
- ✓ Crear y mantener un clima organizacional agradable y de trabajo en equipo para el cumplimiento de metas.
- ✓ Asumir un compromiso de responsabilidad ante las obligaciones con los clientes.
- ✓ Los trabajos serán realizados de forma eficiente, oportuna y con profesionalismo, basados en un código de ética.

6.2.5 Valores

Los principales valores en los que se enmarcará la filosofía del Centro de asesoramiento son:

- **Ética:** representa la guía de nuestra conducta frente a la labor diaria.
- **Responsabilidad:** asumiendo las funciones y deberes dentro de la empresa, con la certeza de un cumplimiento eficaz y eficiente. Es la capacidad de responder por nuestros actos.

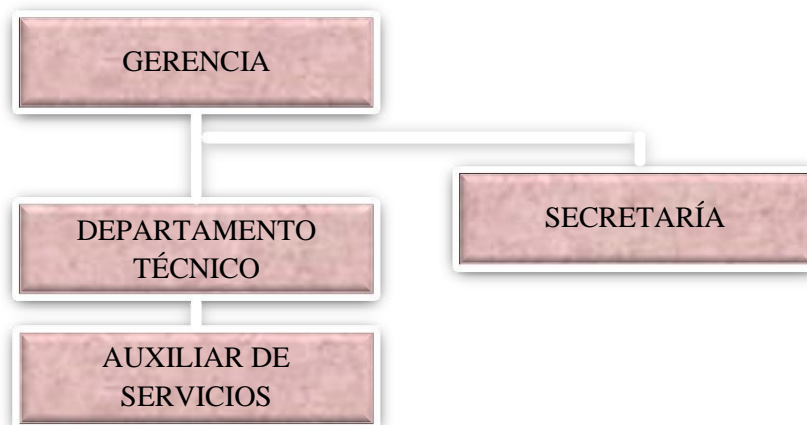
- **Honestidad:** demostrando en cada una de las acciones un comportamiento transparente, sincero y recto, siendo justo en cada situación que se presente.
- **Puntualidad:** usando el tiempo de trabajo en un esfuerzo responsable que permita cumplir con nuestras obligaciones.
- **Trabajo en equipo:** desplegando nuestra capacidad de cooperación e integración en el plano laboral, que viabilice el logro de los objetivos corporativos.

6.3 La Organización

6.3.1 Estructura Organizacional

La estructura organizacional que demuestra las líneas de autoridad e interrelación entre departamentos de la empresa, se presenta a continuación:

Gráfico 30
Organigrama estructural CONTRI-CENTER E.U.R.L.



ELABORADO POR: La Autora

6.3.2 Niveles Administrativos

Los niveles administrativos de la empresa son los siguientes:

- **Nivel Ejecutivo:** compuesto por el gerente propietario y es responsable de la planificación, normativa, toma de decisiones, se encarga de dirigir, orientar, conducir y supervisar la ejecución de las políticas y actividades.

- **Nivel Operativo:** formado por el departamento técnico, en el cual participaran dos asesores encargados de la prestación de servicios.
- **Nivel auxiliar o de apoyo:** conformado por la secretaria y auxiliar de servicios, quienes cooperar con el nivel operativo para la atención a los usuarios.

6.3.3 Estructura Funcional

La estructura funcional refleja de forma más amplia los puestos de trabajo con las respectivas funciones a desempeñarse en cada uno de ellos. A continuación se muestra los requisitos mínimos de control en cada puesto a implantar en la empresa.

Cuadro 61
Manual de funciones Gerencia

PUESTO	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
GERENCIA	*Liderazgo *Capacidad de administrar *Capacidad para solucionar problemas *Orientación del servicio *Buen manejo de relaciones laborales *Ética profesional *Trabajo en equipo	*Representar legalmente a la empresa. *Dirigir, orientar, conducir y supervisar la ejecución de las políticas y actividades de la empresa. *Motivar al personal. *Llevar la contabilidad de la empresa. *Elaborar y presentar Estados Financieros. *Elaborar informes periódicos. *Remover, contratar o sancionar al personal. *Establecer políticas para poder cumplir los objetivos trazados.	* Instrucción Formal: Estudios superiores en Contabilidad y Auditoría – CPA. * Edad: De preferencia de 25 a 35 años. * Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro 62
Manual de funciones Departamento Técnico

PUESTO	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
DEPARTAMENTO TÉCNICO (2)	<ul style="list-style-type: none"> *Capacidad de persuadir a clientes. *Iniciativa y espíritu emprendedor. *Responsabilidad *Buen manejo de relaciones laborales *Ética profesional *Organización *Confidencialidad *Trabajo en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> *Asesoramiento contable y tributario. *Seguimiento del manejo contable del negocio de los clientes. *Presentación de informes mensuales y anuales a cada cliente. *Análisis de información, diagnosticar problemas. *Atención personalizada a los clientes. *Realizar llamadas telefónicas a los clientes. 	<p>*Instrucción Formal: Estudios superiores en Contabilidad, Auditoría, Administración de empresas.</p> <p>*Edad: De preferencia de 25 a 35 años.</p> <p>*Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.</p>

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro 63
Manual de funciones Secretaría

PUESTO	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
SECRETARÍA	*Responsabilidad *Buen manejo de relaciones laborales *Ética profesional *Organización *Confidencialidad *Trabajo en equipo	*Atención a clientes y proveedores. *Recepción y entrega de documentos. *Custodio del archivo . *Presentación oportuna de información. *Establecer cronogramas de disposición del personal. *Llevar un registro de compras de insumos, materiales y equipos para el funcionamiento de la empresa. *Manejo de caja chica. *Llevar registro clientes. *Realizara labores de asistencia para con la gerencia y demás áreas de la empresa.	*Instrucción Formal: Estudios en Secretariado. *Edad: De preferencia de 20 a 35 años. *Experiencia: Mínimo 1 año en cargos similares.

ELABORADO POR: La Autora

Cuadro 64
Manual de funciones Auxiliar de servicios

PUESTO	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
AUXILIAR DE SERVICIOS	*Responsabilidad *Buen manejo de relaciones laborales *Ética profesional *Organización *Confidencialidad *Trabajo en equipo	*Controlar el estado de funcionamiento, aseo, mantenimiento y limpieza del Centro. *Colaborar con la entrega y retiro de documentación (mensajería). *Garantizar el acceso del personal.	*Instrucción Formal: Bachiller. *Edad: De preferencia de 18 a 45 años. *Experiencia: No indispensable.

ELABORADO POR: La Autora

CAPÍTULO VII

IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1 Análisis de impactos

Los posibles impactos que se esperan de la implantación del proyecto son:

- Empresarial
- Económico
- Educativo
- Ético
- Ambiental

Para lo cual se utilizará una matriz, que permite el análisis detallado de los indicadores que están dentro de cada impacto. Misma que consta de un rango que va del 1 al 3 tanto positivo como negativo.

Cuadro 65
Matriz de impactos

(-3)	(-2)	(-1)	0	1	2	3
Impacto alto	Impacto medio	Impacto bajo	NO HAY IMPACTO	Impacto bajo	Impacto medio	Impacto alto
NEGATIVO				POSITIVO		

ELABORADO POR: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum}{n}$$

\sum = sumatoria de calificación

n = número de indicadores

7.1.1 Impacto Empresarial

Cuadro 66
Impacto Empresarial

Nº	INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Gestión eficiente							x	3
2	Crecimiento del sector						x		2
3	Calidad en el servicio							x	3
	TOTAL								8
	Nivel de Impacto Empresarial								2,67

ELABORADO POR: La Autora

Análisis

El nivel de impacto empresarial es de 2,67; equivalente a un impacto alto positivo.

- **Gestión eficiente:** una eficiente gestión tiende a fortalecer las actividades comerciales, a optimizar sus recursos e incrementar la productividad de sus operaciones, logrando el cumplimiento de sus objetivos y metas propuestas, que se verá reflejada en los resultados económicos, al momento de la venta de bienes y servicios y de la contabilización de los mismos.
- **Crecimiento del sector:** el proyecto en el ámbito empresarial, permitirá el crecimiento del sector comercial pimampireño ya que los negocios y comerciantes que desean mejorar su condición actual, requieren de una empresa que detecte sus problemas de forma técnica y con enfoque profesional.
- **Calidad en el servicio:** además la empresa generará servicios personalizados, con estándares de calidad, que garanticen las necesidades de la población, pagando un valor justo que proteja sus intereses.

7.1.2 Impacto Socio-Económico

Cuadro 67
Impacto Socio-económico

Nº	INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Fuentes de empleo						x		2
2	Dinamismo en la economía						x		2
3	Ahorro de tiempo y dinero							x	3
	TOTAL								7
	Nivel de Impacto Socio-Económico								2,33

ELABORADO POR: La Autora

Análisis

El nivel de impacto socio-económico es de 2,33; equivalente a un impacto medio positivo.

- **Fuentes de empleo:** por el ámbito social, genera nuevas fuentes de empleo y el mejoramiento de la calidad de vida, de los integrantes del centro y de sus familias, logrando una estabilidad.
- **Dinamismo en la economía:** la implantación del centro de asesoramiento, permitirá alcanzar oportunidades de mejora, en cuanto al ámbito económico, ya que pretende maximizar los ingresos de las actividades comerciales de la población pimampireña y sus posibles utilidades. Al generar ingresos, la empresa puede realizar inversiones en sus instalaciones, personal, y ampliación del local.
- **Ahorro de tiempo y dinero:** al ser el servicio personalizado, los clientes tendrán facilidades y comodidades, tales como: el ahorro de tiempo y dinero.

7.1.3 Impacto Educativo

Cuadro 68
Impacto Educativo

Nº	INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Nivel cultural							x	3
2	Nivel de actualización							x	3
3	Desarrollo de operaciones						x		2
4	Nivel de superación							x	3
	TOTAL								11
	Nivel de Impacto Educativo								2,75

ELABORADO POR: La Autora

Análisis

El nivel de impacto educativo es de 2,75; equivalente a un impacto alto positivo.

- **Nivel cultural:** genera un nivel de cultura profesional acorde a los cambios sociales, económicos, políticos de la sociedad.
- **Nivel de actualización:** el proyecto aspira fortalecer los conocimientos en temas contables y tributarios, de las actividades comerciales de la población pimampireña, con una permanente actualización.
- **Desarrollo de operaciones:** proporcionará conocimientos técnicos y actualizados, que les permita hacer prácticas, procesos, procedimientos contables y tributarios adecuados y eficientes, para el desarrollo de sus operaciones.
- **Nivel de superación:** al tener una educación técnica y actualizada, tantos los miembros del Centro de asesoramiento y quienes hagan uso de la asesoría, alcanzarán un nivel satisfactorio, de superación personal y profesional.

7.1.4 Impacto Ético

Cuadro 69
Impacto Ético

Nº	INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Cumplimiento de leyes						x		2
2	Nivel de compromiso							x	3
3	Credibilidad profesional						x		2
	TOTAL								7
	Nivel de Impacto Ético								2,33

ELABORADO POR: La Autora

Análisis

El nivel de impacto ético es de 2,33; equivalente a un impacto medio positivo.

- **Cumplimiento de leyes:** adoptar un compromiso de servir con un alto nivel de conducta y actualización, rigiéndose a normativas, disminuyendo así la evasión de impuestos y la violación de leyes.
- **Nivel de compromiso:** el proyecto espera lograr que todas las personas, que tengan actividades comerciales, asuman una obligación moral ante la sociedad, especialmente con sus clientes, logrando un alto nivel de compromiso.
- **Credibilidad profesional:** la empresa al ofrecer la garantía de seguridad, calidad y sobre todo valores morales íntegros al momento de realizar los trabajos, siendo éste una característica a considerar de parte los usuarios logrando posesionarse en el mercado, ganando la credibilidad profesional de parte de la población.

7.1.5 Impacto Ambiental

Cuadro 70
Impacto Ambiental

Nº	INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Reciclaje							x	3
2	Contaminación ambiental				x				0
3	Ruido				x				0
	TOTAL								3
	Nivel de Impacto Ambiental								1

ELABORADO POR: La Autora

Análisis

El nivel de impacto ambiental es de 1; equivalente a un impacto bajo positivo.

- **Reciclaje:** se incurrirá únicamente en la utilización de papel, mismo que se reciclará. El reciclaje es un factor de suma importancia para el cuidado del medio ambiente. El reciclaje permite: ahorrar recursos, disminuir la contaminación, alargar la vida de los materiales aunque sea con diferentes usos, ahorrar energía, evitar deforestación.
- **Contaminación ambiental:** el proyecto no causará ningún tipo de contaminación, el objetivo principal de la empresa es prestar servicios intangibles, que no involucren procesos productivos e industriales. La contaminación es uno de los problemas ambientales más importantes que afectan a nuestro mundo.
- **Ruido:** además no generará sonidos indeseados, evitando así, molestias como: estrés, intranquilidad, perturbación en la sociedad, grandes daños en la calidad de vida de las personas, efectos negativos sobre la salud auditiva, física y mental

7.1.6 Impacto General

Cuadro 71
Impacto General

Nº	IMPACTOS	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Empresarial							x	3
2	Socio-Económico						x		2
3	Educativo							x	3
4	Ético						x		2
5	Ambiental					x			1
	TOTAL								11
	Nivel de Impacto General								2,22

FUENTE: Cuadro N° 64, 65, 66, 67, 68

ELABORADO POR: La Autora

Análisis

- El nivel de impacto general es de 2,22; equivalente a un impacto medio positivo. Por lo expuesto, vemos que el proyecto genera impactos positivos; pero en general tiene un impacto medio positivo que es muy bueno, tomando en cuenta que la tabla utilizada para el análisis va en una escala desde el -3 como el más negativo y 3 el valor más favorable.

CONCLUSIONES

1. El presente proyecto a más de ser una solución a un problema, también es una oportunidad, ya que propone la creación de una empresa de asesoramiento contable y tributario a domicilio, misma que permitirá orientar y direccionar las operaciones económicas de los pobladores pimampireños.
2. Se determinó que la oferta de servicios existente en la localidad no abastecen las necesidades que tiene los consumidores potenciales.
3. Para la implantación del proyecto no se requiere de altas inversiones financieras, sino de contar con recursos productivos, mismos que sean administrados de forma eficiente y eficaz.
4. La evaluación financiera del proyecto refleja indicadores positivos y favorables, que respaldan su factibilidad.
5. El centro de asesoramiento se constituirá como Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, por tener capital de una sola persona, pudiendo entender la incorporación de esta nueva figura legal, como una forma excepcional de crear una sociedad junto a las sociedades comerciales habituales.
6. El impacto general del proyecto es 2,22, lo que equivale a un impacto medio positivo, que es muy bueno dentro de una escala que va desde el -3 como el más negativo y 3 el valor más favorable.

RECOMENDACIONES

1. Aprovechar la existencia de aliados y oportunidades determinados en el diagnóstico situacional, ya que son elementos favorables y significativos que coadyuvan al desarrollo del proyecto.
2. Cubrir la demanda insatisfecha, ya que representa una oportunidad para satisfacer las necesidades de los clientes, siendo ésta la principal justificación, para la implantación y viabilidad del proyecto.
3. Hacer buen uso de los recursos humanos, tecnológicos, materiales y financieros disponibles, para que la empresa brinde servicios garantizados y de calidad.
4. Implantar el proyecto en el menor tiempo posible, ya que refleja resultados favorables y rentables económicamente; recuperando su inversión en el plazo de 2 años 8 meses.
5. Constituir la empresa bajos los parámetros establecidos en las leyes a las que se rige, cumpliendo además los requisitos y permisos, para su normal funcionamiento.
6. Evaluar constantemente durante la ejecución del proyecto los impactos que genere a la comunidad y medio ambiente; y tomar las medidas preventivas y correctivas más favorables.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Bibliografía

- ✓ Amaru, M. (2008) *Administración para Emprendedores*. (2da. Ed.). México: Pearson.
- ✓ Baca, G. (2010) *Evaluación de Proyectos*. (6ta. Ed.). España: McGraw-Hill.
- ✓ Benjamín, E. y Fincowsky F. (2009) *Organización de Empresas*. (3ra. Ed.). México: McGraw-Hill.
- ✓ Chiliquinga, M. (2007) *Costos*. (1ra. Ed.). Ecuador: Offset Graficolor.
- ✓ Folleto Formulación de Proyectos (2011). Ecuador: Universitaria.
- ✓ Fred, D. (2008) *Conceptos de Administración Estratégica*. (11ra. Ed.). México: Pearson.
- ✓ Greco, O. (2007) *Diccionario Contable*. (4ta. Ed.). Argentina: Valletta.
- ✓ Kotler, P., Bloom, P., y Hayes, T. (2007) *El marketing de Servicios Profesionales*. Editorial Paidós SAICF.
- ✓ Ley de Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada (2006, 26 de enero). Registro Oficial 196. Ecuador. Congreso Nacional.
- ✓ Lovelock, Reynoso, D'Andrea, Huete, Wirtz (2011) *Administración de Servicios*. (2da. Ed.). México: Pearson.
- ✓ Monteros, E. (2005) *Manual de gestión microempresarial*. Ecuador: Universitaria.
- ✓ Munch, L. (2008) *Planeación estratégica*. (2da. Ed.). México: Trillas.
- ✓ Núñez, R. (2007) *Manual para la evaluación de proyectos de inversión*. México: Trillas.

- ✓ SRI (2010) *Libro del Futuro Contribuyente – Bachillerato*. (3ra. Ed.). Ecuador.
- ✓ Zapata, P. (2011) *Contabilidad General*. (6ta. Ed.). España: McGraw-Hill.

Lincografía

- ✓ Aguirre (2009) *Sociedades de Hecho y Derecho*. Consultado el 30 de agosto de 2012, de http://www.utpl.edu.ec/consultoriojuridico/index.php?option=com_content&view=article&id=39
- ✓ IASB- International Accounting Standards Board. *Normas Internacionales Información Financiera para PYMES*. Consultado el 10 julio de 2012, en www.ifrs.org/.
- ✓ Superintendencia de Compañías. Resolución No.06.Q.ICI.004. (2006, 4 de septiembre) Registro Oficial No.348. Ecuador. Consultado el 10 de julio de 2012, en www.supercias.gob.ec/.
- ✓ www.bce.fin.ec
- ✓ www.inec.gob.ec/
- ✓ www.pimampiro.org
- ✓ www.sri.go.ec

ANEXOS

ANEXO 1: ENTREVISTA APLICADA A LAS CONSULTORÍAS Y PROFESIONALES EN CONTABILIDAD.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
Carrera de Contabilidad y Auditoría

ENTREVISTA

DIRIGIDA A EXPERTOS QUE SE DEDICAN A BRINDAR SERVICIOS DE ASESORÍA EN LA CIUDAD DE PIMAMPIRO

Objetivo: La presente entrevista tiene como objetivo determinar la factibilidad para la creación de una empresa de asesoría contable y tributaria en la ciudad de Pimampiro, Provincia de Imbabura.

Datos Informativos:

Nombre del entrevistado _____

Cargo o Función _____

Nombre del Entrevistador _____

CUESTIONARIO

1. ¿Qué tipo de servicios brinda usted?
2. ¿En qué lugar ofrece sus servicios?
3. ¿Si es jurídica qué tipo de compañía es?
4. ¿En qué lugar ofrece sus servicios?
5. ¿Los clientes han solicitado la asesoría personalizada o acuden a su oficina?
6. ¿Qué tipo de clientes mantiene su consultoría?
7. ¿Considera Ud. que en la Ciudad de Pimampiro existen personas que demandan asesoría especializada?

ANEXO 2: ENCUESTA DIRIGIDA A LAS MICROEMPRESAS Y COMERCIANTES.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
Carrera de Contabilidad y Auditoría

ENCUESTA

DIRIGIDA A LOS NEGOCIOS Y COMERCIANTES DE LA CIUDAD DE PIMAMPIRO

Objetivo: La presente encuesta tiene como objetivo determinar diversas características de la posible demanda de servicios que prestaría una empresa de asesoría contable y tributaria a implantarse en la ciudad de Pimampiro, Provincia de Imbabura.

Instrucciones: Leer detenidamente el cuestionario y marque con una x según su criterio.

CUESTIONARIO

1. **¿Su negocio de qué tipo es?**
☐ Formal
☐ Informal
2. **¿Qué tiempo lleva ejerciendo ésta actividad?**
☐ Menos de 1 año
☐ De 1 a 5 años
☐ De 5 a 10 años
☐ Más de 10 años
3. **¿Cuántas personas laboran en su actividad económica?**
☐ Menos 10 personas
☐ Entre 10 a 50 personas
☐ Más de 50 personas
4. **¿Considera que su actividad económica es?**
☐ Rentable
☐ Poco Rentable
☐ No Rentable
5. **¿Qué tipo de contribuyente es frente al SRI?**
☐ Persona natural no obligada a llevar contabilidad
☐ Persona natural obligada a llevar contabilidad
☐ Persona jurídica o sociedad
☐ Ninguno

6. **¿En qué régimen está inscrito?**
____ RISE (Registro Impositivo Simplificado Ecuatoriano)
____ Régimen Normal
____ Ninguno
7. **¿Los registros de su actividad económica lleva?**
____ Manualmente
____ Mecánicamente
____ No lleva
8. **¿Lleva la contabilidad de su actividad económica?**
____ Si
____ No
9. **¿Qué tipo de problemas ha tenido en su actividad económica?**
____ Contables
____ Tributarios
____ Financieros
____ Administrativos
____ Otros
____ Ninguno
10. **¿Considera importante adquirir servicios de asesoría para el manejo de su actividad económica?**
____ Si
____ No
11. **¿Actualmente contrata servicios contables o tributarios para su actividad económica?**
____ Si
____ No
12. **¿Conoce la existencia de empresas o profesionales que brinden servicios contables o tributarios en la Ciudad de Pimampiro?**
____ Si
____ No
13. **¿Qué factores tomaría en cuenta para contratar éstos servicios?**
____ Profesionalismo
____ Costos
____ Reconocimiento en el medio
14. **¿Estaría de acuerdo que en la Ciudad de Pimampiro se implante una empresa que brinde servicios de asesoría contable y tributaria a domicilio?**
____ Si
____ No
15. **¿Qué presupuesto mensualmente destinaría para el pago de servicios contables y tributarios?**
____ Menos de 10,00
____ De 10,00 a 20,00
____ De 21,00 a 40,00
____ De 41,00 a 60,00
____ Más de 60,00

16. ¿Usted en un futuro piensa capacitarse en temas contables y tributarios, para no tener que pagar a nadie por servicios que recibe?

☐ Si
☐ No

DATOS GENERALES:

Nombre del Encuestado(a): _____

Género: M () F ()

Denominación del Negocio o Actividad _____

Dirección/domicilio _____

ANEXO 3: TABLA DE AMORTIZACIÓN

TABLA DE AMORTIZACIÓN
Expresado en Usd. Dólares Americanos

MESES	CAPITAL	INTERÉS	ABONO	CUOTA	SALDO
1	7.000,00	102,08	149,23	251,31	6.850,77
2	6.850,77	99,91	151,41	251,31	6.699,36
3	6.699,36	97,70	153,62	251,31	6.545,75
4	6.545,75	95,46	155,86	251,31	6.389,89
5	6.389,89	93,19	158,13	251,31	6.231,76
6	6.231,76	90,88	160,43	251,31	6.071,33
7	6.071,33	88,54	162,77	251,31	5.908,55
8	5.908,55	86,17	165,15	251,31	5.743,40
9	5.743,40	83,76	167,56	251,31	5.575,85
10	5.575,85	81,31	170,00	251,31	5.405,85
11	5.405,85	78,84	172,48	251,31	5.233,37
12	5.233,37	76,32	174,99	251,31	5.058,37
13	5.058,37	73,77	177,55	251,31	4.880,83
14	4.880,83	71,18	180,14	251,31	4.700,69
15	4.700,69	68,55	182,76	251,31	4.517,93
16	4.517,93	65,89	185,43	251,31	4.332,50
17	4.332,50	63,18	188,13	251,31	4.144,37
18	4.144,37	60,44	190,88	251,31	3.953,49
19	3.953,49	57,66	193,66	251,31	3.759,83
20	3.759,83	54,83	196,48	251,31	3.563,35
21	3.563,35	51,97	199,35	251,31	3.364,00
22	3.364,00	49,06	202,26	251,31	3.161,75
23	3.161,75	46,11	205,21	251,31	2.956,54
24	2.956,54	43,12	208,20	251,31	2.748,34
25	2.748,34	40,08	211,23	251,31	2.537,11
26	2.537,11	37,00	214,31	251,31	2.322,79
27	2.322,79	33,87	217,44	251,31	2.105,35
28	2.105,35	30,70	220,61	251,31	1.884,74
29	1.884,74	27,49	223,83	251,31	1.660,91
30	1.660,91	24,22	227,09	251,31	1.433,82
31	1.433,82	20,91	230,40	251,31	1.203,41
32	1.203,41	17,55	233,76	251,31	969,65
33	969,65	14,14	237,17	251,31	732,48
34	732,48	10,68	240,63	251,31	491,84
35	491,84	7,17	244,14	251,31	247,70
36	247,70	3,61	247,70	251,31	0,00

ANEXO 4: ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.

SEÑOR NOTARIO: En el Registro de Escrituras Públicas a su cargo, sírvase incorporar una de constitución de una Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada al tenor de las siguientes cláusulas:

CLÁUSULA PRIMERA.- Comparecientes.- Comparece la Señorita Priscila Belén Tejada Pérez, de estado civil soltera, domiciliada en esta ciudad de Pimampiro, de nacionalidad Ecuatoriana, quién ejercerá la calidad de Gerente-Propietaria, expresando su voluntad de celebrar la presente Escritura de Constitución de una Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, por lo cual se constituye lo que denominará CONTRI-CENTER E.U.R.L.

CLÁUSULA SEGUNDA.- Artículo Primero.- PLAZO.- CONTRI-CENTER E.U.R.L., tendrá una duración de 10 años, contados a partir de la fecha de inscripción del Contrato Constitutivo en el Registro Mercantil, pero podrá prorrogarse o disolverse antes del vencimiento del plazo mencionado, sujetándose en cualquier caso, a lo que disponga la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. Artículo Segundo.- DOMICILIO.- El domicilio principal de la Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada es en la Ciudad de Pimampiro, pudiendo establecer sucursales y oficinas en cualquier lugar del país. Artículo Tercero.- OBJETO EMPRESARIAL.- La Empresa se dedicará: a) Asesoramiento contable y tributario a domicilio. Artículo Cuarto.- DEL CAPITAL EMPRESARIAL.- El Capital Empresarial asignado por la Gerente-Propietaria la Señorita Priscila Belén Tejada Pérez, asciende la cantidad de DIEZ MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y UN DÓLARES CON UN CENTAVO (USB 10.991,01), el 36% aportados y en numerario por la Gerente-Propietaria y el 64% a través de un crédito. Artículo Quinto.- ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN LEGAL.- La Empresa será administrada por su Gerente-Propietaria quien a su vez será su representante legal. Artículo Sexto.- DEL GERENTE-PROPIETARIO.- Son atribuciones y deberes del Gerente-Propietario: a) Ejercer la representación legal, jurídica o extrajudicial de la Empresa y gozará de las facultades que constan en la ley; b) Velar por el

estricto cumplimiento de estos estatutos sociales de la Empresa; c) Celebrar toda clases de actos o contratos relacionados directamente con el objeto social de la Empresa; d) Nombrar jefes departamentales, funcionarios, trabajadores y fijar sus remuneraciones; e) Cuidar y hacer que se lleven de óptima manera los libros de contabilidad y los libros sociales; f) Las demás expresamente señaladas en los estatutos. Artículo Séptimo.- ASIGNACIÓN MENSUAL DEL GERENTE-PROPIETARIO.- Por el desempeño de las labores del Gerente-Propietario en la Empresa, este recibirá una asignación mensual de novecientos dólares americanos (USB 900,00) más beneficios de ley. Artículo Octavo.- La empresa en todo aquello que no estuviese establecido por los estatutos, se sujetará a la Ley de Empresa Unipersonales de Responsabilidad Limitada y más disposiciones legales pertinentes. Usted Señor Notario, se servirá agregar las demás cláusulas de estilo para dar validez a este instrumento. HASTA AQUÍ LA MINUTA.